



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

Estudio de factibilidad para la creación de un botiquín en la parroquia La Merced

Barrio Santa Rosa DMQ periodo 2017-2018

Tipo de proyecto

Incubadora empresarial

Proyecto de inversión previo para la obtención del título de Tecnólogo en

Administración de Boticas y Farmacias

Autora: Cruz Ramos Gabriela Yessenia

Tutor: Eco. Sarauz G Luis A

QUITO - ECUADOR

2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 14 de mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de la Srta. **CRUZ RAMOS GABRIELA YESSSENIA** de la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS** cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BOTIQUÍN EN LA PARROQUIA LA MERCED BARRIO SANTA ROSA DMQ PERIODO 2017-2018**. Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la Institución.



Eco. Luis Sarauz
Tutor del Proyecto



Eco. Gustavo Paredes
Lector del Proyecto



DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Boticas y Farmacias

Dr. Jorge López
Director de Escuela



Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación

CAMPUS 1 - MATRIZ

Calle la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
Email: instituto@cordillera.edu.ec
Web: www.cordillera.edu.ec

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163
y Yacuambi (esq.)
Telf: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

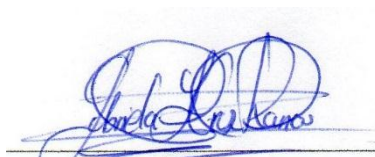
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBI

Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros.
Telf: 2249994

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Gabriela Yessenia Cruz Ramos

CC 1725261174

LICENCIA EN USO

Yo, Gabriela Yessenia Cruz Ramos portador de la cédula de ciudadanía signada con el No 1725261174 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BOTIQUÍN EN LA PARROQUIA LA MERCED BARRIO SANTA ROSA DMQ PERIODO 2017-2018

Con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE Gabriela Yessenia Cruz Ramos

CEDULA 1725261174

Quito, a los 28 días del mes de marzo de 2018

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BOTIQUÍN EN LA PARROQUIA LA MERCED BARRIO SANTA ROSA DMQ PERIODO 2017-2018

AGRADECIMIENTO

Gracias DIOS por haberme dado como padres a
Walter Cruz y a Consuelo Ramos porque supieron
guiarme de la mejor manera, formarme como persona y
gracias a ellos tengo los valores que me caracterizan y
me dan esa fuerza para ser mejor persona cada día.

Me enseñaron que la vida tiene pruebas demasiado
difíciles pero que cada una ellas nos ayudan a ser mejores
cada equivocación no es un error sino una enseñanza.

A mis maestros por sus enseñanzas por sus lecciones
de vida que nos han ido formando como mejores profesionales
y lo más importante profesionales éticos y llenos de valores.

A mi tutor de proyecto por su paciencia y consejos de mejoramiento
por el apoyo dado desde los inicios hasta el final
por su comprensión y atención.

DEDICATORIA

A mi madre

Por la darme la inspiración necesaria para realizar este trabajo,
por su dedicación como madre, esposa y amiga, por su
perseverancia para luchar en los momentos difíciles,
le agradezco y le dedico este trabajo porque gracias a ella
estoy en este punto de mi vida cumpliendo sueños metas.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	iii
LICENCIA EN USO.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
ABSTRACT	xix
1 CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes	3
2 CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL	5
2.01 Ambiente externo	5
2.01.01 Factor económico.	6
2.01.02 Factor social.	13
2.01.03 Factor legal.	16
2.01.04 Factor tecnológico.	17

2.02	Entorno local	18
2.02.01	Clientes.....	19
2.02.02	Proveedores.	20
2.02.03	Competencia.....	21
2.03	Análisis interno	22
2.03.01	Propuesta estratégica.	22
2.03.01.01	Misión.....	22
2.03.01.02	Visión.	22
2.03.01.03	Objetivos.	23
2.03.01.03.01	Objetivo general.	23
2.03.01.03.02	Objetivos específicos.....	23
2.03.01.04	Principios y/o valores.	23
2.03.02	Gestión administrativa.....	24
2.03.03	Gestión operativa.....	27
2.03.04	Gestión comercial.....	28
2.04	Análisis FODA.....	32
2.04.01	Matriz MEFI.....	33
2.04.02	Matriz MEFE.....	35
3	CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO	37

3.01	Análisis del consumidor.....	37
3.01.01	Determinación de la población y muestra.	38
3.01.02	Técnicas de obtención de información.....	40
3.01.03	Análisis de la información.....	41
3.02	Oferta.....	51
3.02.01	Oferta histórica.	51
3.02.02	Oferta actual	52
3.02.03	Oferta proyectada.	53
3.03	Productos sustitutos.....	54
3.03.01	Oferta histórica.	55
3.03.02	Oferta actual.	56
3.03.03	Oferta proyectada.	56
3.04	Demanda	57
3.04.01	Demanda histórica.	58
3.04.02	Demanda actual.	58
3.04.03	Demanda proyectada.	59
3.05	Balance Oferta – Demanda	60
3.05.01	Balance actual.....	60
3.05.02	Balance proyectado.	60

4	CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO	62
4.01	Tamaño del proyecto.....	62
4.01.01	Capacidad instalada.....	64
4.01.02	Capacidad óptima.....	65
4.02	Localización	66
4.02.01	Macro localización.....	66
4.02.02	Micro localización.....	67
4.02.03	Localización óptima.....	69
4.03	Ingeniería del proyecto.....	71
4.03.01	Definición del ByS.....	72
4.03.02	Distribución de planta.....	72
4.03.03	Proceso productivo.....	73
4.03.04	Maquinaria y equipos.....	75
5	CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO.....	78
5.01	Ingresos operacionales y no operacionales	78
5.01.01	Ingresos operacionales	78
5.01.02	Ingresos no operacionales	79
5.02	Costos.....	79
5.02.01	Costo directo.....	80

5.02.02	Costos indirectos.	81
5.02.03	Gastos administrativos.	82
5.02.04	Costos de ventas.	86
5.02.05	Costos financieros.	87
5.02.06	Costos fijos y costos variables.....	89
5.03	Inversiones	91
5.03.01	Inversión fija.....	91
5.03.01.01	Activos fijos.	92
5.03.01.02	Activos nominales (diferidos).	94
5.03.02	Capital de trabajo.....	94
5.03.03	Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	95
5.03.04	Amortización de financiamiento (tabla de amortización).	97
5.03.05	Depreciaciones (tabla de depreciación).....	97
5.03.06	Estado de Situación Inicial.	98
5.03.07	Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).	99
5.03.08	Flujo de caja.	100
5.04	Evaluación.....	101
5.04.01	Tasa de descuento.....	102
5.04.02	Valor Actual Neto.	102

5.04.03	Tasa interna de retorno.	103
5.04.04	PRI (Periodo de recuperación de la inversión).	104
5.04.05	RCB (Relación costo beneficio).	105
5.04.06	Punto de equilibrio.	106
5.04.07	Análisis de índices financieros.	108
6	CAPÍTULO VI: IMPACTOS	112
6.01	Impacto ambiental	112
6.02	Impacto económico	114
6.03	Impacto productivo	116
6.04	Impacto social	116
7	CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	118
7.01	Conclusiones	118
7.02	Recomendaciones.....	119
	Bibliografía	121
	ANEXOS	127

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Serie histórica del PIB 2012 - 2017	6
Tabla 2 Porcentaje de años consecutivos de inflación	8
Tabla 3 Porcentaje anual de tasa de interés activa	10
Tabla 4 Porcentaje anual de tasa de interés pasiva	12
Tabla 5 Variación anual de porcentaje de desempleo	13
Tabla 6 Índice de porcentaje de pobreza en la ciudad de Quito.....	15
Tabla 7 Análisis FODA.....	32
Tabla 8 Matriz MEFI	34
Tabla 9 Matriz MEFE	36
Tabla 10 Análisis del consumidor – Parroquia La Merced.....	38
Tabla 11 Población Parroquia La Merced.....	39
Tabla 12 Accesibilidad a una farmacia	41
Tabla 13 Lugar de compra	42
Tabla 14 Farmacias cercanas	43
Tabla 15 Frecuencia de compra	44
Tabla 16 Gasto mensual en medicamentos o productos farmacéuticos	45
Tabla 17 Formas de pago	46
Tabla 18 Tipo de productos.....	47
Tabla 19 Necesidad de implementar botiquín.....	48
Tabla 20 Aceptación y compra en el botiquín	49

Tabla 21 Incentivos que motivan compra	50
Tabla 22 Oferta histórica.....	52
Tabla 23 Oferta actual.....	53
Tabla 24 Oferta proyectada.....	53
Tabla 25 Oferta histórica de productos sustitutos	55
Tabla 26 Oferta actual de productos sustitutos	56
Tabla 27 Oferta proyectada de productos sustitutos	57
Tabla 28 Demanda histórica	58
Tabla 29 Determinación de demanda actual en USD	58
Tabla 30 Demanda proyectada.....	59
Tabla 31 Balance actual	60
Tabla 32 Balance proyectado	61
Tabla 33 Capacidad instalada	64
Tabla 34 Método cualitativo por puntos para micro localización.....	68
Tabla 35 Método cualitativo por puntos para localización óptima	70
Tabla 36 Tamaño de las áreas de la planta.....	72
Tabla 37 Equipos de computación	76
Tabla 38 Equipos de oficina.....	76
Tabla 39 Muebles y enseres	77
Tabla 40 Ingresos operacionales	79
Tabla 41 Costos directos	81
Tabla 42 Servicios básicos	82
Tabla 43 Suministros de aseo y limpieza.....	82

Tabla 44 Sueldo personal administrativo.....	83
Tabla 45 Depreciaciones	83
Tabla 46 Seguro y mantenimiento	83
Tabla 47 Gasto arriendo	84
Tabla 48 Gastos de constitución	84
Tabla 49 Amortización de activos diferidos	85
Tabla 50 Suministros de oficina.....	86
Tabla 51 Sueldo personal ventas.....	87
Tabla 52 Publicidad y promoción	87
Tabla 53 Total costos fijos y costos variables.....	89
Tabla 54 Proyección de costos fijos y variables	90
Tabla 55 Inversión total	91
Tabla 56 Equipo de computación.....	92
Tabla 57 Equipo de oficina	93
Tabla 58 Muebles y enseres	93
Tabla 59 Amortización de activos intangibles	94
Tabla 60 Resumen de costos y gastos	95
Tabla 61 Fuentes de financiamiento y usos de fondos.....	96
Tabla 62 Aportaciones de socios.....	96
Tabla 63 Condiciones del crédito.....	97
Tabla 64 Depreciaciones	98
Tabla 65 Proyección de depreciaciones	98
Tabla 66 Estado de Resultados proyectado.....	100

Tabla 67 Flujo de caja	101
Tabla 68 Tasa de descuento	102
Tabla 69 Cálculo del Valor Actual Neto.....	103
Tabla 70 Periodo de recuperación de la inversión	105
Tabla 71 Cálculo Costo / Beneficio	106
Tabla 72 Datos para punto de equilibrio	107
Tabla 73 Margen Bruto	109
Tabla 74 Margen operacional.....	110
Tabla 75 Margen neto	110
Tabla 76 Impactos ambientales	113

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Series históricas del PIB 2012 - 2017	7
Figura 2. Inflación Anual	9
Figura 3. Tasa de Interés Activa	10
Figura 4. Tasa de Interés Pasiva.....	12
Figura 5. Desempleo	14
Figura 6. Pobreza	15
Figura 7. Organigrama estructural del botiquín	25
Figura 8. Proceso de venta de medicamentos	28
Figura 9. Logotipo del botiquín Santa Rosa	29
Figura 10. Diagrama de gestión comercial	31
Figura 11. Accesibilidad a una farmacia.....	41
Figura 12. Lugar de compra	42
Figura 13. Farmacias cercanas	43
Figura 14. Frecuencia de compra	44
Figura 15. Gasto mensual en medicamentos o productos farmacéuticos.....	45
Figura 16. Formas de pago.....	46
Figura 17. Tipo de productos	47
Figura 18. Necesidad de implementar botiquín	48
Figura 19. Aceptación y compra en el botiquín	49

Figura 20. Incentivos que motivan compra.....	50
Figura 21. Mapa de macro localización	67
Figura 22. Mapa de micro localización.....	69
Figura 23. Mapa de micro localización.....	71
Figura 24. Distribución de la planta.....	73
Figura 25. Abastecimiento de productos farmacéuticos	75
Figura 26. Punto de equilibrio primer año	108

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de factibilidad para la creación de un botiquín en la Parroquia La Merced, barrio Santa Rosa DMQ, periodo 2017 – 2018, nace de la importancia de la salud del ser humano, necesaria para cumplir con las diferentes tareas y su propio bienestar.

Paralelamente la falta de establecimientos farmacéuticos en el sector mencionado ha provocado que la población se traslade hacia otras parroquias a conseguir un medicamento. De acuerdo a esto, se planteó la posibilidad de implementar un lugar que se dedique a la venta de estos productos y facilite el acceso a los ciudadanos. Para esto se efectuó un análisis situacional que permitió conocer las condiciones externas e internas del sector, así como también el planteamiento de la propuesta estratégica, administrativa, operativa y comercial, cuyo resultado fue el FODA. De igual manera se efectuó un estudio de mercado el cual permitió conocer la existencia de demanda insatisfecha. Con esto se realizó el estudio técnico determinando el tamaño y localización óptima del proyecto, al igual que la ingeniería. Se efectuó el estudio financiero para conocer los ingresos, costos y gastos; con ello la inversión que sumó un total de USD 5.463,90 y con esto se preparó el flujo de caja para poder aplicar la evaluación del proyecto. Los resultados de los indicadores permitieron concluir que el estudio es viable y rentable para ejecutarse y por ende trae beneficios no solo para los socios inversionistas sino también para los habitantes del barrio Santa Rosa.

ABSTRACT

The feasibility study for the creation of a first aid kit in the Parroquia La Merced, Santa Rosa DMQ district, period 2017 - 2018, is born from the importance of human health, necessary to fulfill the different tasks and their own well-being. At the same time, the lack of pharmaceutical establishments in the mentioned sector has caused the population to move to other parishes to obtain a medicine. According to this, the possibility of implementing a place dedicated to the sale of these products and facilitating access to citizens was raised. For this, a situational analysis was carried out that allowed knowing the external and internal conditions of the sector, as well as the strategic, administrative, operative and commercial proposal, whose result was the SWOT. In the same way, a market study was conducted, which allowed to know the existence of unmet demand. With this the technical study was carried out determining the size and optimal location of the project, as well as the engineering. The financial study was conducted to know the income, costs and expenses; with it the investment that added a total of USD 5.463,90 and with this the cash flow was prepared to be able to apply the evaluation of the project. The results of the indicators allowed to conclude that the study is viable and profitable to execute and therefore brings benefits not only for the investment partners, but also for the inhabitants of Santa Rosa.

1 CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.01 Justificación

La salud es fundamental para el bienestar y la construcción de sociedades más prósperas, por lo cual el gobierno se ha preocupado por invertir en el sector para la provisión de infraestructuras adecuadas y medicamentos necesarios para las enfermedades que sufren los pacientes. Para Villar (2011), “la salud como uno de los elementos de mayor transcendencia que permite al ser humano cumplir con las diferentes tareas y rutinas de la vida.” (p. 3) Paralelamente existen laboratorios farmacéuticos que crean nuevas y mejores medicinas, las cuales son distribuidas a casas de salud y lugares de expendio.

En este sentido, las farmacias o botiquines cumplen un papel importante dentro del área de salud, debido a que ofertan medicamentos para las distintas patologías y dolencias de las personas. Castillo, Burgos, & Gascón (2015) expresan que “los botiquines no solo cumplen el papel de dispensar fármacos sino que además contribuyen a la prevención de enfermedades o evitan que se agrave la enfermedad brindando fácil acceso de medicamentos.” (p.1) Pese a la importancia que tienen estos establecimientos,

existen sectores en los que se registra carencia, lo que demuestra inequidad en la distribución de este tipo de negocios.

Estas condiciones de escasas se presentan mayormente en sectores rurales que urbanos, debido a que inversionistas consideran un mercado pequeño, poco favorable y por ende de baja rentabilidad (Herrera, 2012).

Tal es así que en el Barrio Santa Rosa de la parroquia La Merced del Distrito Metropolitano de Quito, se ha detectado la falta de establecimientos farmacéuticos, razón por la cual la población ha tenido que trasladarse a otros barrios o parroquias para conseguir el medicamento requerido. El barrio mencionado, es uno de los sectores que tiene recursos económicos limitados y un acceso a los servicios de salud condicionados por la lejanía en la que se encuentra.

Considerando estos aspectos, es necesario la creación de un botiquín, con la finalidad de proveer y facilitar a la población productos farmacéuticos que sirvan para el tratamiento de las enfermedades y dolencias. Conjuntamente resulta de gran interés, pues no solo puede beneficiar a la población nombrada sino también a los habitantes de los sectores aledaños, de esta manera se contribuye a mejorar la salud de la población.

La investigación que se realizará buscará demostrar la factibilidad del proyecto a través de la aplicación de herramientas investigativas y análisis comprensivo que permitan recopilar información para conocer a fondo la realidad del Barrio Santa Rosa y la demanda posible de medicamentos. Con ello efectuar un estudio financiero que determine la inversión y el cálculo de indicadores financieros que sustenten la viabilidad.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BOTIQUÍN EN LA
PARROQUIA LA MERCED BARRIO SANTA ROSA DMQ PERIODO 2017-2018

1.02 Antecedentes

Los botiquines son aquellos establecimientos que se encargan de la oferta de productos farmacéuticos, insumos de higiene, así como la prestación de servicio sanitario a pacientes de manera oportuna y efectiva. Dada la importancia y funcionalidad de este tipo de establecimientos, se han desarrollado varios proyectos investigativos o de incubadora de negocios.

Uno de los trabajos realizados por Mejía (2014) menciona que la visión global y sistémica en una investigación da a conocer no solamente el o los productos o servicios que necesita la demanda sino además las estrategias, tanto internas como externas para lograr la satisfacción del cliente y además que la estructura interna o filosófica empresarial es aquella que justifica la importancia de la creación de un negocio. Desde esta perspectiva se realizó un estudio de mercado y financiero para demostrar que es viable la creación de una farmacia en la Urbanización Sierra Hermosa.

De igual manera Imbaquingo (2015), enfoca su investigación en la determinación de la factibilidad de la creación de un centro naturista en el barrio Atucucho del Distrito Metropolitano de Quito, en la que se encontró un porcentaje alto de familias que no están satisfechas con la oferta actual, además de la aplicación de indicadores de evaluación económica financiera como el VAN (Valor Actual Neto – demuestra la aceptabilidad o no del proyecto), TIR (Tasa Interna de Retorno - % de rentabilidad o ganancia), y C/B (Costo beneficio – utilidad adicional).

Con la aplicación de los indicadores mencionados se evidenció que el negocio es factible y rentable y se recomendó su implementación.

En definitiva, los estudios mencionados parten de la identificación de necesidades de un sector estratégico o vulnerable, para encontrar soluciones que se justifican con un diagnóstico o estudio interno y externo, así como la determinación de inversiones no solo para generar ganancias sino para aportar a la sociedad dentro de la matriz productiva y poder generar fuentes de empleo.

Así mismo estos estudios aportan al desarrollo del presente trabajo como guía para la elaboración de los capítulos que contiene el estudio de factibilidad, en las que se incluye fórmulas y procedimientos de cálculo de la evaluación financiera, de tal forma que se llegue a conocer la conveniencia o no de implementar el botiquín en el barrio Santa Rosa de la parroquia La Merced.

2 CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL

2.01 Ambiente externo

El análisis situacional del ambiente externo es de gran importancia debido a que permitirá identificar aquellos factores externos que pueden influir positiva o negativamente en la creación y actividades del botiquín en la parroquia La Merced, barrio Santa Rosa. Con dicho diagnóstico se llega a identificar oportunidades y amenazas, que pueden ser aprovechadas y mitigadas respectivamente.

Cabe señalar que en este análisis se identifican aspectos que no se pueden controlar porque no son internos de la empresa, pero si pueden incidir y ocasionar efectos negativos al funcionamiento de la empresa, por lo cual es necesario conocerlos y estar prevenidos (Zabala, 2012). Los factores externos son: económico, social, legal y tecnológico, tal como se describen a continuación:

2.01.01 Factor económico.

“Los factores económicos son aquellos indicadores de orden nacional que llegan a afectar el comportamiento y el poder adquisitivo de los consumidores de bienes y servicios” (Iborra, Dasi, Dolz, & Ferrer, 2012, p. 25). Estos factores o índices inciden directamente en la capacidad de compra de los consumidores, así como también a los capitales que manejan las empresas.

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

El PIB es un indicador de macroeconomía que permite medir el monto monetario de todos los bienes y servicios que se producen dentro de un país. Representa el ritmo de decrecimiento o declive que tiene un país. Las variaciones del PIB desde el año 2012 al 2017 se muestran a continuación:

Tabla 1

Serie histórica del PIB 2012-2017

AÑOS	PORCENTAJE
2012	4,8%
2013	3,9%
2014	3,8%
2015	2,0%
2016	1,5%
2017	3,3%

Nota. Variación del Producto Interno Bruto. Tomado de Banco Central del Ecuador (2017)

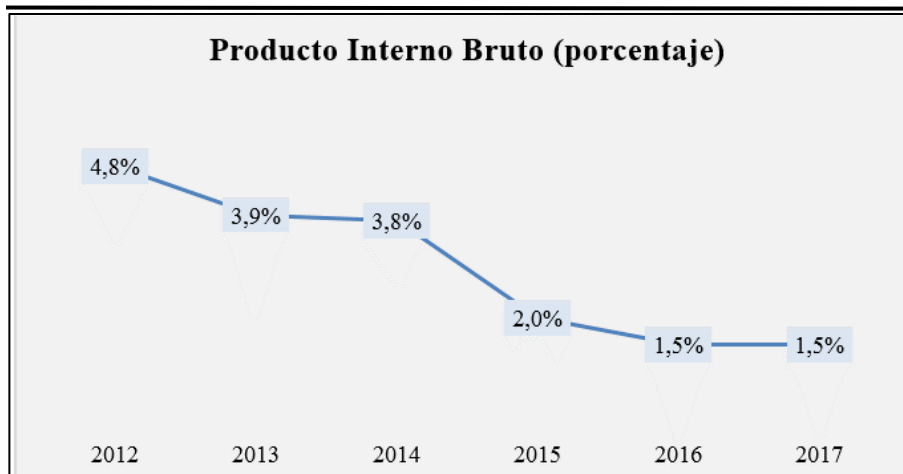


Figura 1. Series históricas del PIB 2012 - 2017

Fuente: Banco Central del Ecuador (2017)

Análisis

Conforme los datos publicados por el Banco Central del Ecuador, se tiene que la economía del país ha tenido un decrecimiento a partir del año 2012 que registra el PIB en 4,8% pero llegó a 1,5% en el año 2016. Para el siguiente periodo el PIB se mantiene en el mismo porcentaje de 1,5%. Estas fluctuaciones se deben a la caída del precio del petróleo, así como la implementación de salvaguardias que han afectado los niveles productivos de las empresas.

Cabe señalar que el PIB cerró en 1,5% al 2017, que es superior al estimado por el Banco Central del Ecuador de 0,71%. Esto demuestra que la situación productiva del país ha tenido mejoras y que también es un efecto positivo para los consumidores. Según el Banco Central del Ecuador (2017), el sector salud ha aportado al crecimiento del PIB en 10,1%. De igual manera las inversiones realizadas a este sector representan entre 4% y 6% del PIB del año 2017.

Bajo este contexto, se considera una oportunidad de creación del botiquín, pues el sector salud ha tenido importantes aportaciones al crecimiento de la economía, además de que existe apoyo por parte del gobierno en la inversión en salud.

- **Inflación**

La inflación es un fenómeno que se caracteriza por el aumento de los precios de productos y servicios, ocasionado por la demanda y oferta. Es decir que los precios se elevan porque la oferta es menor a la demanda, por lo cual con un bajo nivel de producción no se puede cubrir todos los requerimientos de los consumidores. Este fenómeno provoca efectos nocivos dentro de los ingresos y egresos de un país.

Tabla 2

Porcentaje de años consecutivos de inflación

AÑOS	PORCENTAJES
2012	5,22%
2013	1,71%
2014	4,19%
2015	3,78%
2016	1,12%
2017	-0,20%

Nota. Variación de Inflación. Tomado de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017)

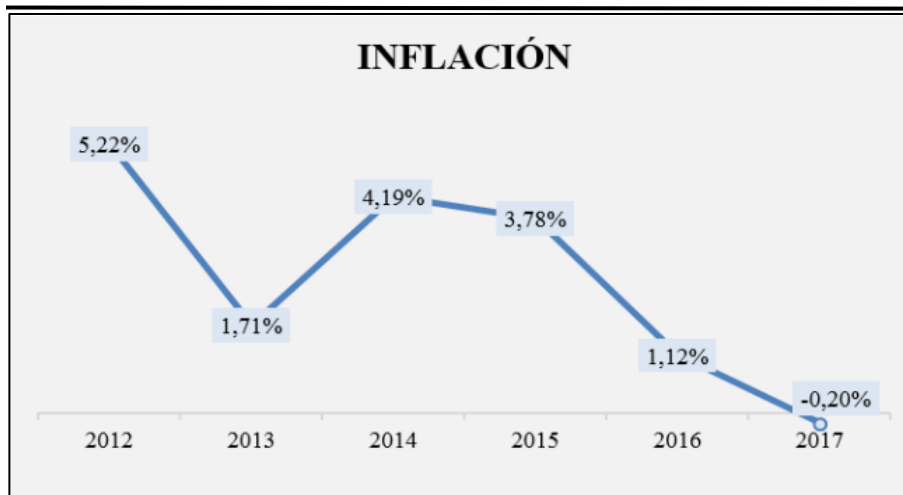


Figura 2. Inflación Anual

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017)

Análisis

De acuerdo a la figura se puede ver que la inflación inicio al año 2012 es de 5,22% pero fue decreciendo hasta llegar a 1,12% a diciembre del año 2016. Para el siguiente periodo 2017, continúa disminuyendo, pues tiene una inflación negativa de -0,20%.

El fenómeno de la inflación en el Ecuador ha generado grandes inconsistencias y polémicas dentro del pensamiento económico, debido a que las variaciones han traído como consecuencia elevado déficit fiscal, inconsistencias en la fijación de precios, elevaciones salariales que ha afectado a los alimentos y a otros sectores económicos. A pesar de ello, la industria farmacéutica ha sido la menos inflacionaria en los últimos 5 años, por lo cual representa una oportunidad para el proyecto.

- **Tasa de Interés Activa**

La tasa de interés activa es el porcentaje asignado por las instituciones financieras para otorgar créditos a clientes. El Banco Central del Ecuador es el responsable de fijar de forma mensual las tasas mínimas y máximas.

Tabla 3

Porcentaje anual de tasa de interés activa

AÑOS	PORCENTAJES
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,19%
2015	9,12%
2016	8,10%
2017	7,83%

Nota. Variación de tasa de interés activa. Tomado de Banco Central del Ecuador (2017)

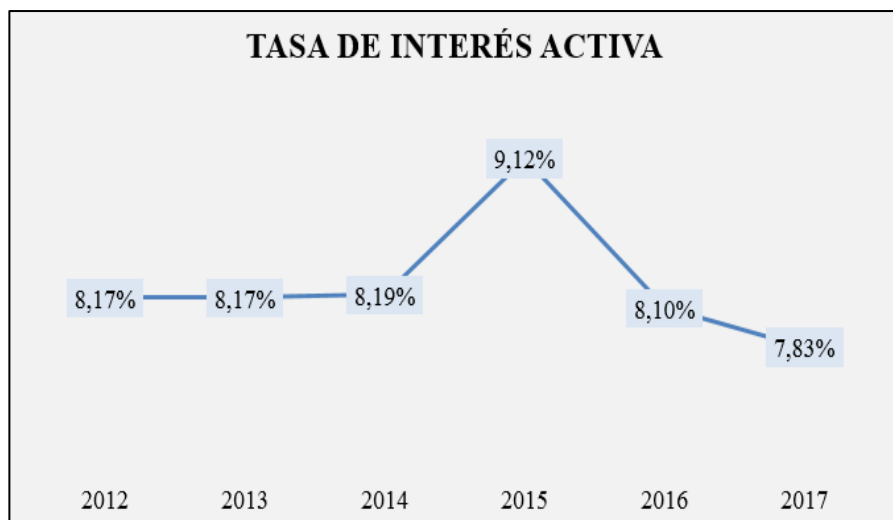


Figura 3. Tasa de Interés Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador (2017)

Análisis

La tabla anterior muestra que la tasa de interés activa autorizada por el Banco Central del Ecuador se ha mantenido en el mismo valor porcentual en dos periodos (2012 y 2013) y para el año 2018 aumenta 0,02%. Por el contrario para el 2015 se observa un aumento mayor que llega a 9,12%, y, para los siguientes años decrece a 7,83% en el 2017; lo cual demuestra que es más factible poder acceder a un préstamo ya que se disminuye el monto que se tiene que pagar por interés. Por consiguiente, se tiene una oportunidad para efectuar un crédito a una institución financiera para cubrir parte de la inversión que requiere la creación del botiquín.

- **Tasa de Interés Pasiva**

La tasa de interés pasiva son los valores porcentuales que están dispuestas a cancelar las instituciones financieras por captar recursos de los clientes, estos pueden ser bajo la modalidad de inversiones a plazo fijo, bonos o depósitos. Para los clientes de este tipo de entidades representa una ganancia.

Tabla 4

Porcentaje anual de tasa de interés pasiva

AÑOS	PORCENTAJES
2012	4,53%
2013	4,53%
2014	5,18%
2015	5,14%
2016	5,12%
2017	4,95%

Nota. Variación de tasa de Interés Pasiva. Tomado de Banco Central del Ecuador (2017)

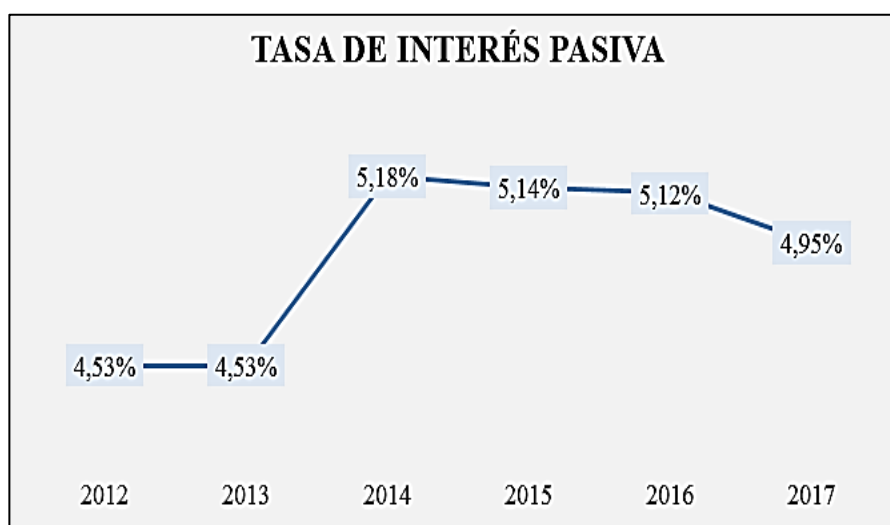


Figura 4. Tasa de Interés Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador (2017)

Análisis

La tasa de interés pasiva en el año 2012 y 2013 es de 4,53%, mientras que para el año 2014 se incrementa a 5,18%. Para los siguientes años se puede ver un decrecimiento que llega a 4,95% en el año 2017. Estos resultados no son favorables para los clientes de las instituciones financieras, pues no incentiva al ahorro debido a que consideran que las ganancias que obtienen son bajas. Por otro lado, a pesar de que el porcentaje haya

disminuido y sea inferior con relación a la tasa activa representa una oportunidad para el proyecto, pues en el caso de que no resulte factible se tiene la alternativa de invertir en una institución financiera y generar un beneficio económico.

2.01.02 Factor social.

El factor social son aquellos aspectos que están relacionados directamente con las personas, por lo cual pueden llegar a influir en las decisiones de los consumidores en la adquisición de productos y/o servicios (Organización Internacional del Trabajo, 2012). Entre los factores sociales está la pobreza, el desempleo, entre otros.

- **Desempleo**

El desempleo es una situación en la que una o varias personas, teniendo edad y capacidad para trabajar no tienen o no logran conseguir un empleo. Dentro de este grupo de personas están quienes son mayores a 15 años y se conoce como la población Económicamente Activa.

Tabla 5

Variación anual de porcentaje de desempleo

AÑOS	PORCENTAJES
2012	4,1%
2013	4,2%
2014	3,8%
2015	4,8%
2016	5,2%
2017	4,6%

Nota. Variación de desempleo. Tomado de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017)



Figura 5. Desempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017)

Análisis

La tasa de desempleo en el año 2012 fue de 4,5% y se incrementó 0,1 puntos porcentuales en el año 2013, y para el año 2017 se incrementa a 4,6%. Esto indica que luego de 5 años, las condiciones laborales no han sido las mejores, debido a que se ha disminuido las plazas de trabajo, lo cual ha impedido que muchas personas puedan ingresar a un establecimiento. Sobre esto, para contribuir a la reducción de la pobreza el gobierno ha implementado nuevas estrategias e incentivos a las empresas, especialmente para la inserción laboral de jóvenes que finalizan sus estudios superiores y no poseen experiencia laboral.

Por otro lado, considerando una tasa de desempleo del 4,6% quiere decir que las personas que poseen un empleo representan el 95,4%, que es relativamente superior, lo cual indica que es una oportunidad para la creación del botiquín en la parroquia La Merced, pues los clientes pueden destinar sus ingresos a la compra de producto

farmacéuticos y aliviar sus dolencias. Así como también se crea una plaza de trabajo que puede beneficiar a la población del barrio Santa Rosa.

- **Pobreza**

La pobreza es la carencia de algo que se denota por la no disponibilidad de recursos económicos suficientes que le permitan satisfacer sus necesidades básicas que son alimentación, educación, salud, vivienda y vestimenta.

Tabla 6

Índice de porcentaje de pobreza en la ciudad de Quito

AÑOS	PORCENTAJES
2012	7,95%
2013	6,08%
2014	7,53%
2015	8,72%
2016	10,20%
2017	7,03%

Nota. Variación de pobreza. Tomado de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017)

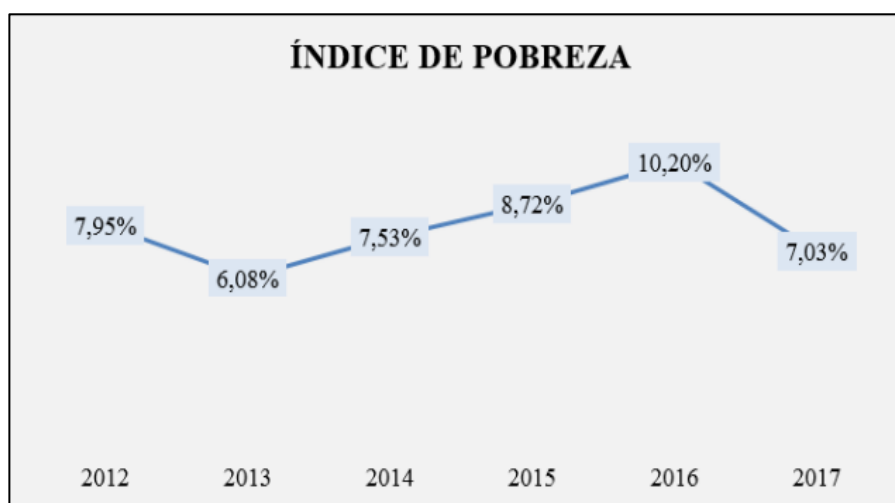


Figura 6. Pobreza

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017)

Análisis

De acuerdo a la figura anterior, se puede visualizar que el índice de pobreza de la ciudad de Quito ha disminuido de 7,95% en el año 2012 a 6,08% en el 2013 y un incremento a 7,03% en el año 2017. Se evidencia que la pobreza en 6 años ha tenido una reducción notoria. Bajo estas consideraciones, para la creación del botiquín representa una oportunidad, pues las personas han mejorado su nivel de ingresos y capacidad adquisitiva para poder cubrir una de las necesidades básicas que es la salud.

2.01.03 Factor legal.

“El factor legal permite la recopilación de la normativa que tiene que ver directamente con el proyecto y que son necesarias de analizar para que sean tomadas en cuenta a la hora de ejecutarlo” (Martínez & Milla 2012, p. 35). En este sentido, en el Ecuador existen varias leyes y reglamentos que se tienen que cumplir de forma obligatoria, en este caso para la creación de un botiquín.

Así en la Ley Orgánica de Salud Pública, en el capítulo V de los establecimientos farmacéuticos, artículo 165 señala: “para fines legales y reglamentarios, son establecimientos farmacéuticos los laboratorios farmacéuticos, casas de representación de medicamentos, distribuidoras farmacéuticas, farmacias y botiquines, que se encuentran en todo el territorio nacional” (Asamblea Nacional, 2012, p. 38).

De igual forma el en artículo 166 se exige que este tipo de establecimientos atiendan al menos 12 horas y para el caso de los botiquines tendrá que estar a cargo de

una persona responsable y certificada que pueda manejar correctamente los medicamentos. Se prohíbe además que se ofrezca consultas o tomas de muestras.

Además en el Reglamento de Control y Funcionamiento de los establecimientos Farmacéuticos, en el artículo 39 se especifica que los botiquines están limitados a la venta de medicamentos establecidos por la autoridad nacional y que funcionan en sectores rurales en los que no se dispone de farmacias. La autorización para el funcionamiento es de responsabilidad del Director Provincial de Salud, cumpliendo previamente requisitos de constitución legal y las respectivas inspecciones (Ministerio de Salud Pública, 2012, p. 5).

De acuerdo a la normativa, representa una oportunidad debido a que en el sector donde se pretende crear un botiquín no cuenta con farmacias por lo que es posible tener la aprobación por parte de la Dirección Provincial de Salud, así como también se tiene acceso a profesionales capacitados para la atención y servicio farmacéutico.

2.01.04 Factor tecnológico.

El factor tecnológico es uno de los que ha alcanzado mayor importancia en la actualidad, debido a los continuos avances presentados que han facilitado el cumplimiento de tareas, creación de nuevos productos e innovación de empresas para alcanzar mayores beneficios económicos (García, 2012).

Los avances tecnológicos han permitido a las empresas mejorar sus niveles productivos y competitivos, lo que significa alcanzar resultados de mayor eficiencia.

Uno de los beneficios que brinda el uso de tecnología en las empresas es que se puede mejorar la calidad de un producto o servicio para lograr satisfacción de los clientes. A nivel interno el beneficio es una excelente comunicación entre el personal de los distintos niveles jerárquicos o con clientes y proveedores.

La disponibilidad de máquinas sin duda ha simplificado notablemente los procesos productivos en el caso de empresas industriales, mientras que las empresas de prestación de servicios y comerciales se han creado nuevos software para facilitar la venta de productos y para mantener el control y stocks de inventarios.

Por consiguiente, el uso de tecnología para el botiquín en la parroquia La Merced representa una oportunidad debido a que se puede tener un control estricto y exacto de los inventarios, con la finalidad de mantener cantidades mínimas de cada producto de manera que se pueda abastecer a tiempo y tener disponibilidad para la venta a los clientes del sector.

2.02 Entorno local

En el análisis del entorno local se toma en cuenta todos los aspectos que la empresa no puede controlar en su totalidad, pero que influyen de forma directa a la actividad económica de una organización específica, razón por la cual es necesario efectuar un examen para detectar aspectos positivos y negativos (Hormigo, y otros, 2013).

Por esta razón, a continuación se realizan un análisis de los principales factores para el botiquín en la parroquia La Merced:

2.02.01 Clientes.

Los clientes son aquellas personas que de manera voluntaria solicitan un servicio y producto que necesiten y a cambio entregan dinero o contraen una deuda por pagar. El producto que adquieren puede ser para su propio uso o para una tercera persona o empresa.

Los clientes del botiquín del barrio Santa Rosa de la parroquia La Merced son todos los habitantes que padecen de alguna dolencia frecuente, ocasional o cualquier patología que requiera algún medicamento y por lo tanto acudan a realizar una compra en dicho establecimiento.

La creación del botiquín es atractivo y necesario en el sector ya que actualmente no existe un negocio de este tipo, lo que significa que los clientes tendrán un bajo nivel de negociación. Estas condiciones garantizan una oportunidad para el presente proyecto. Cabe señalar que para la aceptación de la creación del botiquín es necesario conocer las necesidades que tiene el cliente de tal modo que los productos que se oferten sean de su utilidad.

Por otro lado, existe una amenaza por la existencia de productos sustitutos que son los naturales o medicina alternativa que tiene costos más bajos, por lo cual resulta más asequible para la población del sector rural.

2.02.02 Proveedores.

Los proveedores son personas naturales o jurídicas que abastecen de bienes y servicios a otra empresa. Los proveedores pueden ser de bienes, servicios o de recursos, los mismos que son de elección de los directivos, en los que se consideran aspectos como calidad del producto, disponibilidad, precios, entre otros.

Los proveedores en este caso son los distribuidores farmacéuticos con los que se pueden establecer una relación comercial, para lo cual será necesario cotizar productos para determinar precios accesibles y seleccionar a los de mejor conveniencia. Entre los establecimientos autorizados por el Ministerio de Salud Pública y pertenecen al ALFE (Asociación de Laboratorios Farmacéuticos) están:

- Sanofi
- Genfar
- Laboratorios Rocnart
- Quifatex S.A.
- Laboratorios H.G.
- Difare
- Leterago
- Roemmers
- Biogenet
- PharmaBrand
- Laboratorios Bagó

-
- Chalver laboratorios
 - Novartis
 - Abbott Laboratorios del Ecuador Cía. Ltda.

De acuerdo a la lista mencionada se puede ver que existe gran cantidad de proveedores en los que se puede tener poder para negociar los precios de los productos o formas de pago, por tanto se considera una oportunidad para el botiquín.

2.02.03 Competencia.

La competencia comprende todas las empresas o personas naturales que se dedican a la venta de productos o prestación de servicios iguales o similares a los comercializados por una empresa específica. Se incluyen los establecimientos que ofertan productos sustitutos.

En el barrio Santa Rosa no existe este tipo de establecimientos, sin embargo en la parroquia La Merced existe la presencia de farmacias, las cuales ya se encuentran posicionadas en el mercado.

El servicio farmacéutico se ha convertido en un mercado muy competitivo, es por ello que han existido muchos inversionistas, no obstante, la existencia de barreras de entrada les ha obstaculizado el paso hacia este mercado. Entre las principales barreras de entrada están los recursos económicos que se necesitan para adecuar las instalaciones, abastecerse de mercadería, la contratación de personal e iniciar las operaciones del establecimiento.

En definitiva, al no existir botiquines o farmacias en el barrio Santa Rosa se tiene la oportunidad de ingresar al mercado farmacéutico.

2.03 Análisis interno

De acuerdo con Martínez & Milla (2012) “el análisis interno es la identificación y análisis de elementos que son parte de una organización, así como la evaluación de los recursos que posee, con el propósito de identificar fortalezas y debilidades.” (p. 7)

2.03.01 Propuesta estratégica.

2.03.01.01 Misión.

Somos una empresa dedicada a la comercialización de productos farmacéuticos, proporcionando productos y servicios de calidad para el cuidado de la salud y bienestar de la población, comprometida para brindar un servicio personalizado, profesional, eficiente y con horarios a conveniencia.

2.03.01.02 Visión.

Consolidarnos como empresa líder en el mercado farmacéutico a nivel parroquial, reconocida por el cumplimiento de estándares de calidad y el mejoramiento continuo. Contando con personal altamente capacitado y comprometido hacia la satisfacción de los clientes.

2.03.01.03 *Objetivos.*

2.03.01.03.01 *Objetivo general.*

Proveer medicamentos para contribuir al cuidado de la salud de la población del barrio Santa Rosa de la parroquia la Merced.

2.03.01.03.02 *Objetivos específicos.*

- Ofertar una variedad de productos a precios competitivos para la facilidad de acceso de la población.
- Mantener disponibilidad y stock de productos farmacéuticos.
- Elaborar un plan de marketing para difundir la apertura del nuevo establecimiento para lograr una gran acogida.

2.03.01.04 *Principios y/o valores.*

Los principios y/o valores del botiquín de Santa Rosa son los siguientes:

- Respeto: valorar las cualidades de los colaboradores y clientes del botiquín.
- Honestidad: es una persona que actúa con la verdad y la justifica, se mantiene sincero e invariable entre lo que piensa y manifiesta.
- Confiabilidad: ser personas íntegras que cumplen las promesas realizadas a los clientes.
- Responsabilidad: cumplir con todas las obligaciones asignadas dentro del puesto de trabajo. Atender los horarios establecidos para brindar un servicio de calidad.

- Perseverancia: mantener constancia frente a retos y metas planteadas para la estabilidad y crecimiento del botiquín.
- Trabajo en equipo: colaborar en las actividades que se deben cumplir dentro del botiquín.
- Vocación del servicio: tener predisposición para satisfacer las necesidades y requerimientos de los usuarios.
- Cooperación: es el trabajo que realiza un grupo de personas con la finalidad de cumplir un objetivo compartido.
- Actitud positiva: pensar de manera constructiva, buscando plantear y lograr nuevos retos.
- Mejora continua: se busca mejorar el servicio y procesos internos para la optimización de recursos y maximizar los beneficios.

2.03.02 Gestión administrativa.

La gestión administrativa es una tarea que permite a una o un grupo de personas coordinar diferentes actividades encaminadas hacia la obtención de resultados favorables y eficaces; haciendo un uso óptimo de recursos. Así Caldas, Carrión, & Heras (2017) definen a la gestión administrativa como: “acciones que se llevan a cabo dentro de una empresa con la finalidad de conseguir eficientemente los objetivos planteados. La gestión se cumple a través de un proceso, el cual se compone de 4 fases: planeación, organización, dirección y control.” (p. 47)

En la fase de planificación es posible plantear metas y objetivos posibles de cumplirse, para luego organizar y distribuir el trabajo. En la fase de dirección la máxima autoridad y jefes se encargan de dirigir y coordinar las distintas actividades, a las cuales se les da un seguimiento continuo para asegurar que se cumplan dichas metas. Una correcta gestión administrativa permite el uso eficiente de los recursos disponibles en la empresa.

En este sentido, se vuelve importante identificar la estructura organizacional del botiquín, con finalidad de que se pueda distribuir claramente las responsabilidades del personal que conforme el establecimiento. Por tanto, a continuación se muestra la estructura empleando el organigrama:

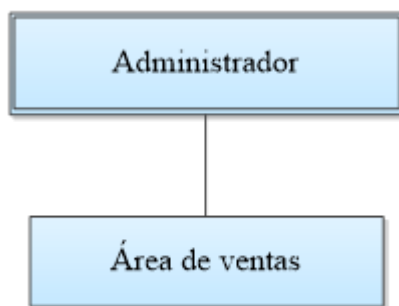


Figura 7. Organigrama estructural del botiquín

Fuente: Elaboración propia

Las funciones principales que debe cumplir el personal, según el puesto de trabajo son las siguientes:

Administrador

- Ser el representante legal de la empresa.

-
- Elaboración de planes estratégicos, distribución y control del cumplimiento de las acciones planificadas.
 - Definir procedimientos para facilitar el cumplimiento de funciones.
 - Cumplir con la normativa vigente en el país.
 - Velar porque se cumplan normas de asepsia y antisepsia para evitar la transmisión de infecciones o alteraciones a los medicamentos.
 - Establecer sistemas de turno para cumplir con los horarios exigidos.
 - Elaborar plan de promociones para incentivar la compra.
 - Llevar la contabilidad del establecimiento, cumpliendo con normas y principios contables.
 - Llevar un control de las facturas emitidas y registro de las mismas.
 - Realizar inventarios físicos periódicamente.
 - Realizar arqueos de caja y conciliaciones bancarias.
 - Elaborar estados financieros y análisis financieros para conocer las condiciones económicas del establecimiento.
 - Comprobar que todas las transacciones registradas en contabilidad tengan algún documento de respaldo.

Área de ventas – Vendedor

- Venta de productos farmacéuticos que se encuentran disponibles para la venta, con o sin receta.
- Clasificar y ordenar los medicamentos en las vitrinas y en orden alfabético.

-
- Informar a secretaría los requerimientos de abastecimiento.
 - Verificar fechas de caducidad de los medicamentos.
 - Atender de forma eficiente a los pacientes.
 - Mantener limpia el área de trabajo.

2.03.03 Gestión operativa.

La gestión operativa se refiere a las acciones que se efectúan para que la organización continúe en el mercado. Se relaciona a los procesos de la principal actividad económica de la empresa, siendo posible cumplir con las metas u objetivos de la misma (Anaya, 2015). A continuación se muestra el proceso de venta de medicamentos:

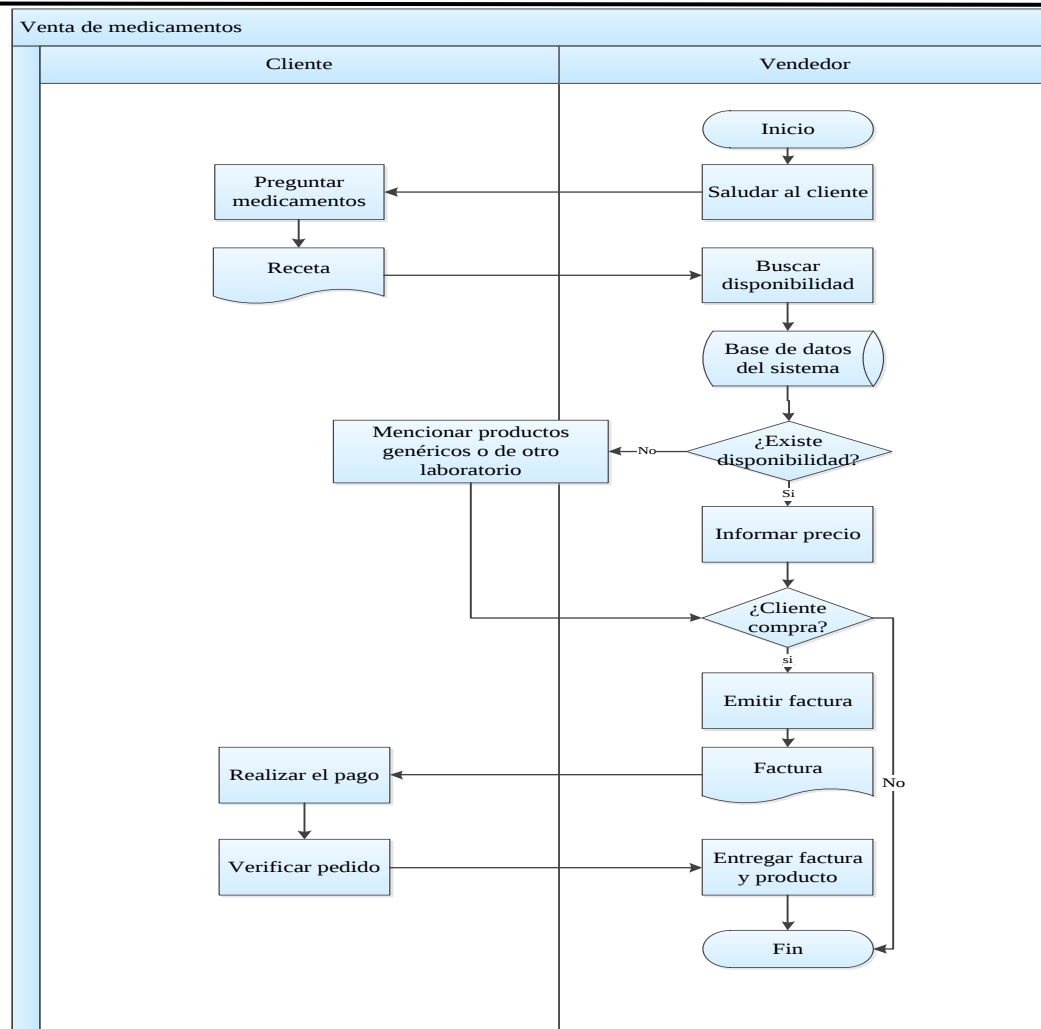


Figura 8. Proceso de venta de medicamentos

Fuente: Elaboración propia

2.03.04 Gestión comercial.

La gestión comercial está relacionado con la identificación y establecimiento de técnicas de marketing para promover y promocionar un producto o servicio (Arroyo, 2013). Una correcta gestión comercial permitirá que se obtengan buenos resultados con relación a las ventas.

Por consiguiente, y considerando que se va a crear una empresa es necesario que se determine el nombre y logo de la empresa, el cual vaya acorde a la actividad económica que se va a dedicar.

Nombre del establecimiento: Botiquín Santa Rosa

Logotipo:



Figura 9. Logotipo del botiquín Santa Rosa

Fuente: Elaboración propia

Dentro de la gestión comercial se realiza el análisis del márketing mix, considerando las 8P del marketing estratégico:

- **Productos:** El botiquín Santa Rosa se encargará de la venta y comercialización de medicinas genéricas y de marca, así como complementos de aseo e higiene personal.
- **Plaza:** el establecimiento estará ubicado en un sector céntrico del barrio Santa Rosa, en donde tenga fácil acceso toda la población.
- **Promoción:** Se contará con promociones como por ejemplo el programa de medicación frecuente, en la que el cliente adquiere el beneficio de recibir el

producto gratis después de acumular un cierto número de tabletas o capsulas. Se realizará también publicidad, para lo cual se entregará material publicitario, así como accesorios con los logo de la empresa (por ejemplo: esferográficos, llaveros, vasos).

- **Precio:** dependerá del costo de ventas al cual se le agrega un porcentaje de utilidad. Se buscará convenidos y descuentos con los proveedores para que el costo sea bajo y por ende beneficie al cliente.
- **Personal:** se realizará capacitaciones continuas a todo el personal, especialmente al del área de ventas para que puedan brindar un servicio personalizado y satisfagan las necesidades de los clientes.
- **Evidencia física:** se relaciona con el lugar en donde se va a comercializar los medicamentos y que de alguna manera atrae la atención del cliente. Es por ello que se adecuará con colores que llamen la atención y con iluminación adecuada. Además de que se muestre la correcta organización de los medicamentos.
- **Procesos:** son necesarios para el funcionamiento adecuado del botiquín, principalmente en la atención al cliente, el abastecimiento de medicamento y llegada puntual de pedidos y entrega de los mismos a los clientes.
- **Productividad:** se buscará reducir costos de los productos a través de convenios con los proveedores. La productividad viene de la mano con la calidad, es decir que aunque se busque reducir costos, la calidad de los productos no se verá afectada.

A continuación se presenta el procedimiento que se tiene que seguir para una correcta gestión comercial que está a cargo de la gerencia y los vendedores del botiquín:

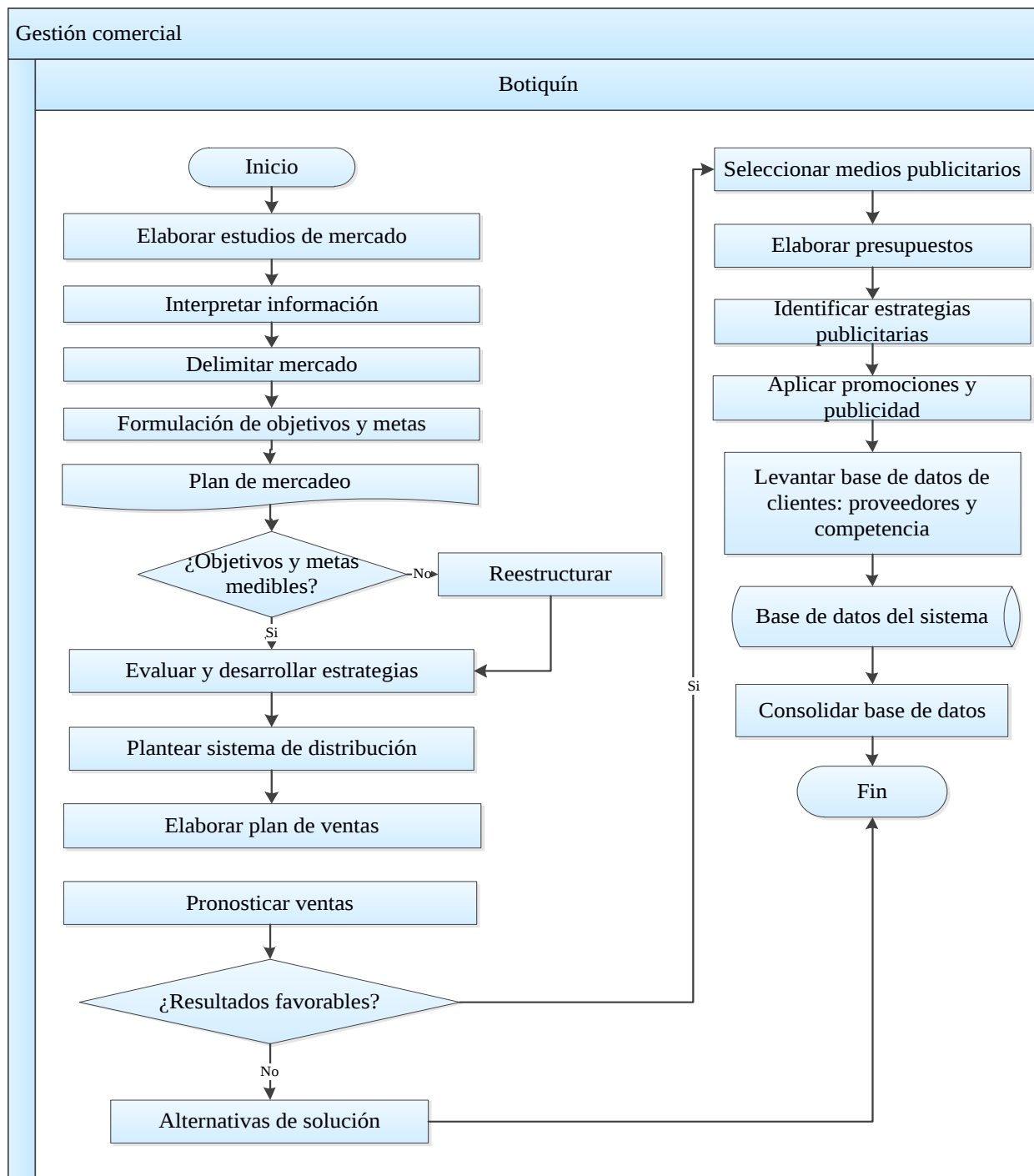


Figura 10. Diagrama de gestión comercial

Fuente: Elaboración propia

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BOTIQUÍN EN LA PARROQUIA LA MERCED BARRIO SANTA ROSA DMQ PERIODO 2017-2018

2.04 Análisis FODA

Los resultados del análisis situación se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 7

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• Personal capacitado y especializado en el manejo de medicamentos. • Servicio personalizado y de calidad. • Promociones de medicación frecuente. • Ejecución de procesos adecuados. • Cumplimiento de estándares de calidad.	• Crecimiento económico del país. • Estabilidad de precios del área farmacéutica. • Tasas de interés accesibles. • Bajo índice de desempleo. • Disminución de pobreza. • Leyes vigentes que controlan el sector farmacéutico y aprueban la creación de botiquines en sectores rurales. • Avances tecnológicos que facilitan el control de actividades. • Gran cantidades de proveedores de productos

DEBILIDADES**AMENAZAS**

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Inexperiencia en el mercado farmacéutico.• Desconfianza de los clientes.• Variaciones en el precio, con relación a las empresas que ya se encuentran posicionadas. | <ul style="list-style-type: none">• Existencia de productos sustitutos a precios bajos.• Farmacias y centros naturistas posicionados en la parroquia. |
|--|--|

Nota. FODA resultado de análisis interno

2.04.01 Matriz MEFI

La matriz MEFI o matriz de factores internos se considera una herramienta que permite realizar un análisis de la relación con las distintas áreas de una empresa, así como para establecer la calidad del servicio y de la administración que maneja la misma, para lo cual se analiza con las fortalezas y debilidades. Los criterios que se toman en cuenta para elaborar esta matriz son los siguientes:

- Realizar una lista de las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Asignar un peso a cada uno de los factores que está entre 0.0 que significa no importante hasta 1.0 muy importante. La suma del peso siempre será igual a 1.0.
- A cada uno de los factores se les dará una calificación que comprende entre 1 y 4. 1 para aquellos que sean irrelevantes para la empresa y 4 para los que sean de mayor importancia.

- Se realiza una multiplicación del peso por la calificación asignada a cada factor para conocer el valor total ponderado.
- Sumar los valores ponderados para conocer el total de la matriz.

Tabla 8**Matriz MEFI**

Factores claves	Peso	Calificación	Total Ponderado
Fortalezas			
Personal capacitado y especializado en el manejo de medicamentos.	0,13	4	0,52
Servicio personalizado y de calidad.	0,15	4	0,60
Promociones de medicación frecuente.	0,12	3	0,36
Ejecución de procesos adecuados.	0,13	4	0,52
Cumplimiento de estándares de calidad.	0,13	3	0,39
Debilidades			
Inexperiencia en el mercado farmacéutico.	0,09	2	0,18
Desconfianza de los clientes.	0,11	1	0,11
Variaciones en el precio, con relación a las empresas que ya se encuentran posicionadas.	0,14	2	0,28
Total	1,00		2,96

Nota. Matriz MEFI obtenido del FODA

El resultado de la matriz MEFI es de 2,96 lo que significa que es superior a la media de 2,5, lo que significa que las estrategias con las que se espera iniciar el botiquín Santa Rosa son las adecuadas y llegan a cubrir las necesidades que tiene el establecimiento. No obstante, es necesario que se tomen en cuenta las debilidades para eliminarlas y transformarlas en fuerzas internas favorables.

2.04.02 Matriz MEFE

Al igual que la matriz MAFI la matriz MAFE permite realizar un análisis de los aspectos del entorno o externo a una empresa, en los cuales no se puede ejercer control y están relacionados con el ámbito políticos, económicos y otros indicadores macroeconómicos. Para la elaboración de esta matriz se requiere tomar en consideración los siguientes criterios:

- Realizar una lista de las oportunidades y amenazas de la empresa.
- Asignar un peso a cada uno de los factores que está entre 0.0 que significa no importante hasta 1.0 muy importante. La suma del peso siempre será igual a 1.0. Cabe señalar que a las oportunidades se les tiene que asignar un mayor peso que a las amenazas.
- A cada uno de los factores se les dará una calificación que comprende entre 1 y 4. 1 significa una respuesta mala, 2 respuesta media, 3 respuesta superior a la media y 4 superior.
- Se realiza una multiplicación del peso por la calificación asignada a cada factor para conocer el valor total ponderado.
- Sumar los valores ponderados para conocer el total de la matriz.

Tabla 9

Matriz MEFE

Factores claves	Peso	Calificación	Total Ponderado
Oportunidades			
Crecimiento económico del país.	0,12	4	0,48
Estabilidad de precios del área farmacéutica.	0,11	4	0,44
Tasas de interés accesibles.	0,11	3	0,33
Bajo índice de desempleo.	0,09	3	0,27
Disminución de pobreza.	0,07	4	0,28
Leyes vigentes que controlan el sector farmacéutico y aprueban la creación de botiquines en sectores rurales.	0,11	3	0,33
Avances tecnológicos que facilitan el control de actividades.	0,12	4	0,48
Gran cantidades de proveedores de productos	0,12	4	0,48
Amenazas			
Existencia de productos sustitutos a precios bajos.	0,09	2	0,18
Farmacias y centros naturistas posicionados en la parroquia.	0,06	2	0,12
Total	1,00		3,39

Nota. Matriz MEFE obtenido del FODA

De acuerdo al resultado de la matriz se tiene un puntaje de 3,39 puntos que es superior a la media de 2,5, lo cual denota que el botiquín Santa Rosa estará en capacidad de responder de mejor manera a todos las oportunidades que dispone, así como para evitar las posibles amenazas a las que se enfrenta. En otras palabras la empresa se concentrará en las oportunidades para aprovecharla lo máximo posible.

3 CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.01 Análisis del consumidor

De acuerdo a Quintanilla, Berenguer, & Gómez (2014), el consumidor es la persona natural o jurídica que adquiere un producto o servicio a otra empresa, para lo cual ha debido tomar una decisión bajo diferentes circunstancias, como por ejemplo, precios, cercanía al lugar de trabajo o residencia, calidad, marca, entre otros.

Esto quiere decir que el consumidor primeramente realiza un reconcomiendo de las necesidades y a continuación busca información del lugar que le puede proveer el producto o servicio. Como siguiente paso, evalúa las diferentes alternativas y selecciona la que mejor considere conveniente. Luego de su consumo muestra su satisfacción o lo contrario.

En el caso del presente trabajo la necesidad del consumidor es aliviar o calmar una dolencia o continuar con la medicación frecuente sugerida por un médico. En el caso de la evaluación de alternativas se tiene la ventaja de que dentro del barrio no se cuenta con

este tipo de establecimientos, no obstante se debe considerar las farmacias cercanas a la localidad.

La siguiente tabla muestra que los consumidores son los habitantes de la parroquia Santa Rosa que tienen un nivel socioeconómico medio bajo y bajo, debido a que la mayoría únicamente ha terminado sus estudios hasta el nivel primario, por lo cual existe un alto índice de pobreza.

Tabla 10

Análisis del consumidor – Parroquia La Merced

Detalle	Cantidades
Población total	8.394
Promedio de personas por hogar	4
No. familias	2.209
Nivel socioeconómico	Medio bajo y bajo
Tasa de escolarización primaria	35,29%
Nivel de pobreza	33,50%

Nota. Tomado de Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de La Merced (2012)

3.01.01 Determinación de la población y muestra.

“La población son individuos u objetos que tienen características iguales o similares que se desean estudiar.” (Bernal, 2014, p. 164) La población objeto de estudio son los habitantes del barrio Santa Rosa de la parroquia La Merced.

De acuerdo al censo de población y vivienda realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la Parroquia La Merced tiene 8.394 habitantes (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de La Merced, 2012).

Tabla 11

Población Parroquia La Merced

Población	Género	Nivel socioeconómico
Hombres	4.122	Medio bajo y bajo
Mujeres	4.272	
Subtotal	8.394	
Promedio de personas por hogar	3,80	
Número de familias	2.209	

Nota. Tomado de Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de La Merced (2012)

Una vez que se conoce la población se procede a calcular la muestra aplicando la siguiente formula para poblaciones finitas < 100.000:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) * + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N= universo 2.209

Z= nivel de confianza 95% =1,96

p= probabilidad de éxito 0,5

q= probabilidad de fracaso 0,5

e= margen de error 5%

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(2.209)}{(2.209 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 327$$

La muestra de la población de la Parroquia La Merced es de 327 personas, a quines se les aplicará un instrumento de investigación para recopilar datos.

3.01.02 Técnicas de obtención de información.

- **Técnica: encuesta**

La encuesta es una técnica para recopilar información de un número considerable de individuos, en el que es posible obtener datos de preferencias, gustos, frecuencia de consumo, entre otros aspectos que determine el investigador. Es una de las técnicas más utilizadas, ya que los resultados de una encuesta se pueden analizar estadísticamente.

- **Instrumento: cuestionario**

Para aplicar la encuesta se va a aplicar el cuestionario estructurado con preguntas de opción múltiple, con la finalidad de que la información que se recopile sea uniforme, se pueda tabular y presentar en gráficos estadísticos. De esta manera conocer el nivel de aceptación de la creación del botiquín en el sector, así como las preferencias y frecuencias de compra. El formato del cuestionario se muestra en el anexo 1.

3.01.03 Análisis de la información.

Los resultados de la aplicación de la encuesta a la muestra de la población del barrio Santa Rosa de la parroquia La Merced se muestran a continuación:

1. ¿Cómo considera la accesibilidad que tiene a una farmacia?

Tabla 12

Accesibilidad a una farmacia

Opciones	No. encuestados	Porcentaje
Excelente	11	3%
Muy Buena	13	4%
Buena	144	44%
Regular	159	49%
Total	327	100%

Nota. Resultados de aplicación de encuesta

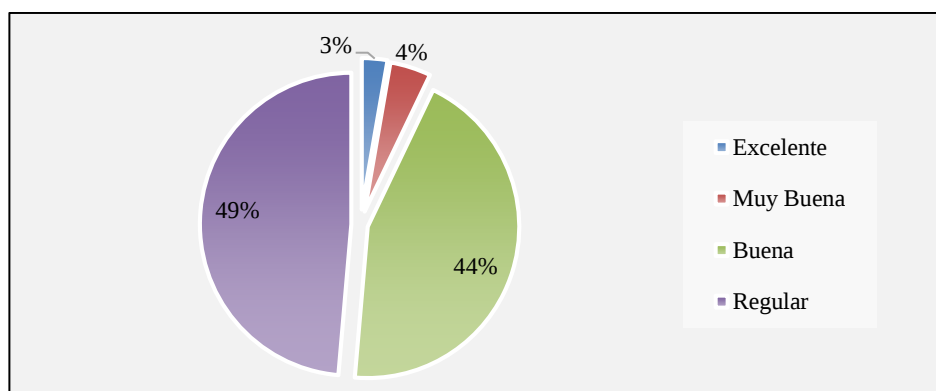


Figura 11. Accesibilidad a una farmacia

Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta se tiene que el 49% considera que la accesibilidad es regular, mientras que el 44% cree que es buena, el 4% opina que es muy buena y solo el 3% dice que es excelente. Estos resultados denotan la carencia de

establecimientos que oferten productos farmacéuticos en el barrio, por lo cual sienten inconformidad por tener que trasladarse a otros lugares para poder realizar su compra.

2. Cuándo requiere un producto farmacéutico, ¿Adónde acude?

Tabla 13

Lugar de compra

Opciones	No. encuestados	Porcentaje
Farmacias	228	70%
Centros naturistas	63	19%
Tiendas de barrio	36	11%
Otro	0	0%
Total	327	100%

Nota. Resultados de aplicación de encuesta

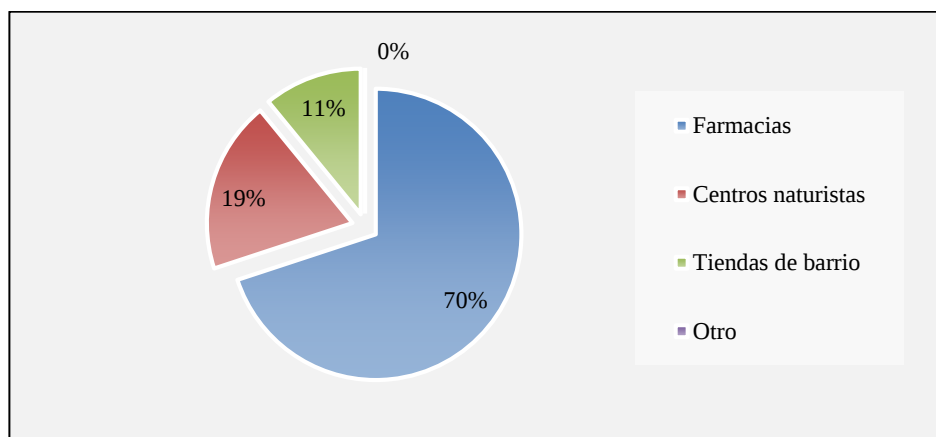


Figura 12. Lugar de compra

Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis

El 70% de los habitantes encuestados manifiesta que acude a una farmacia cuando requiere de un producto farmacéutico, el 19% prefiere los centros naturistas y el 11% a

tiendas de barrio. Una gran mayoría de la población realiza su compra en farmacias, pues sienten que es el lugar apropiado y seguro para adquirir medicinas.

3. ¿A qué farmacias tiene mayor facilidad de acceder?

Tabla 14

Farmacias cercanas

Opciones	No. encuestados	Porcentaje
Farmacias Económicas	30	9%
Farmacia Medicity	20	6%
Farmacia Sana Sana	30	9%
Farmacia Cruz Azul	9	3%
Otras: Farmacia de barrios	238	73%
Total	327	100%

Nota. Resultados de aplicación de encuesta

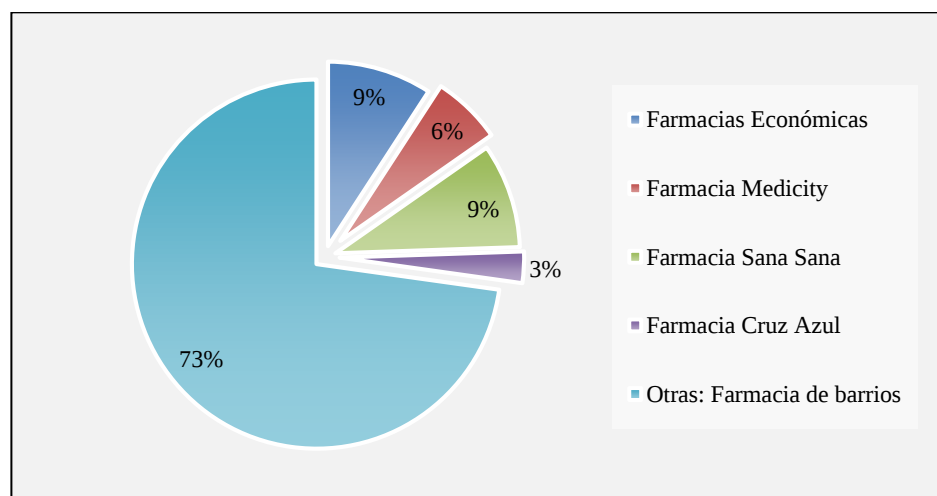


Figura 13. Farmacias cercanas

Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis

El 73% de la población expresa que existe una farmacia cercana a la localidad, el 9% menciona que existen farmacias Económicas y Sana Sana, el 6% manifiesta que existe

Medicity y el 3% Cruz Azul. La gran mayoría concuerda que existe una sola farmacia dentro de la parroquia, por tanto es probable que exista demanda que aún no ha sido cubierta.

4. ¿Con qué frecuencia acude a comprar al sitio señalado en la anterior pregunta?

Tabla 15

Frecuencia de compra

Opciones	No. encuestados	Porcentaje
Diario	4	1%
Semanal	43	13%
Quincenal	117	36%
Mensual	163	50%
Total	327	100%

Nota. Resultados de aplicación de encuesta

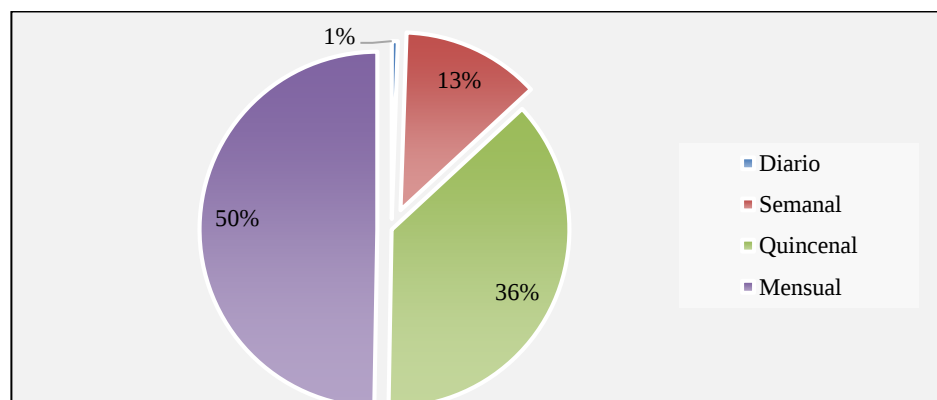


Figura 14. Frecuencia de compra

Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis

El 50% de los encuestados indica que mensualmente acuden a comprar productos farmacéuticos, mientras que el 36% lo hace de forma quincenal, el 13% de manera semanal y el 1% diariamente. La mitad de la población acude a una farmacia a comprar

medicina de forma mensual, lo que significa que parte de sus ingresos lo destinan al gasto en salud.

5. ¿Aproximadamente cuánto gasta en la compra de medicamentos o productos farmacéuticos?

Tabla 16

Gasto mensual en medicamentos o productos farmacéuticos

Opciones	No. encuestados	Porcentaje
USD 5,00 – USD 20,00	160	49%
USD 21,00 – USD 30,00	80	24%
USD 31,00 – USD 40,00	43	13%
USD 41,00 – USD 50,00	33	10%
Más de USD 50,00	11	3%
Total	327	100%

Nota. Resultados de aplicación de encuesta

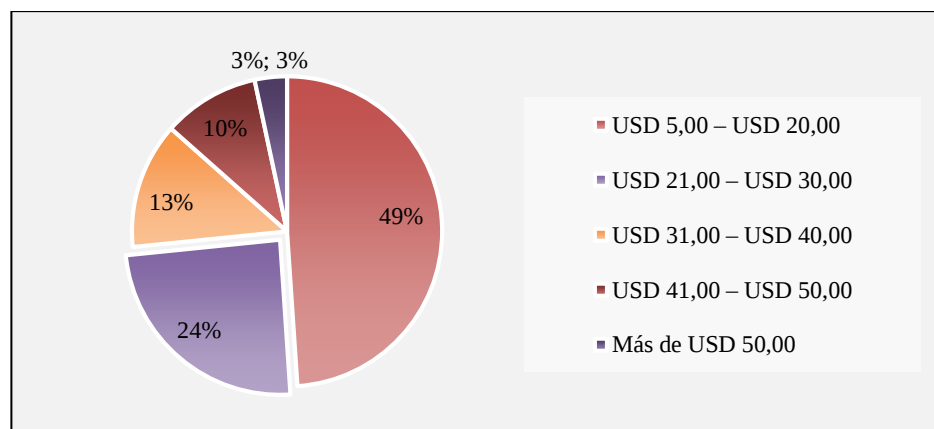


Figura 15. Gasto mensual en medicamentos o productos farmacéuticos

Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis

El 49% de encuestados gasta aproximadamente entre USD 5,00 a USD 20,00 dólares, el 24% entre USD 21,00 a USD 30,00, el 19% entre USD 31,00 a USD 40,00,

el 10% entre USD 41,00 a USD 50,00, y el 3% más de USD 50,00. Como se puede ver existen criterios divididos en cuanto al gasto realizado en salud, pues esto depende del tipo y costo del medicamento u otro producto farmacéutico que consuman.

6. ¿Cuál es su nivel de satisfacción?

Tabla 17

Formas de pago

Opciones	No. encuestados	Porcentaje
Poco satisfecho	144	44%
Medianamente Satisfecho	147	45%
Muy satisfecho	36	11%
Total	327	100%

Nota. Resultados de aplicación de encuesta

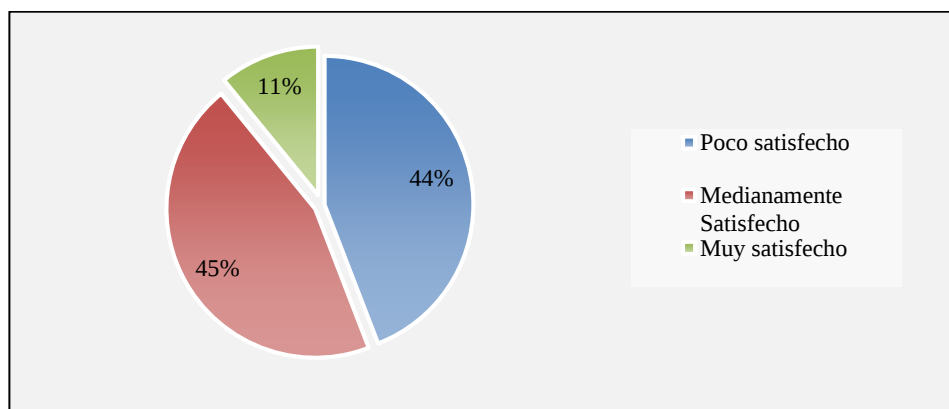


Figura 16. Formas de pago

Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis

El 45% se encuentra medianamente satisfecho con el servicio que brindan las farmacias, el 44% poco nivel de satisfacción y únicamente el 11% señala que está muy satisfecho con el servicio de las farmacias brindan. Al ser establecimientos que se encuentran fuera de la parroquia, tienen que movilizarse de su sector para poder adquirir

medicamentos, en el caso de las tiendas o centros naturistas no siempre se encuentran los medicamentos que necesitan.

7. ¿Qué tipo de productos adquiere?

Tabla 18

Tipo de productos

Opciones	No. encuestados	Porcentaje
Medicación frecuente	49	15%
Medicamentos ocasionales	200	61%
Complementos farmacéuticos	22	7%
Productos de aseo personal	45	14%
Otros	11	3%
Total	327	100%

Nota. Resultados de aplicación de encuesta

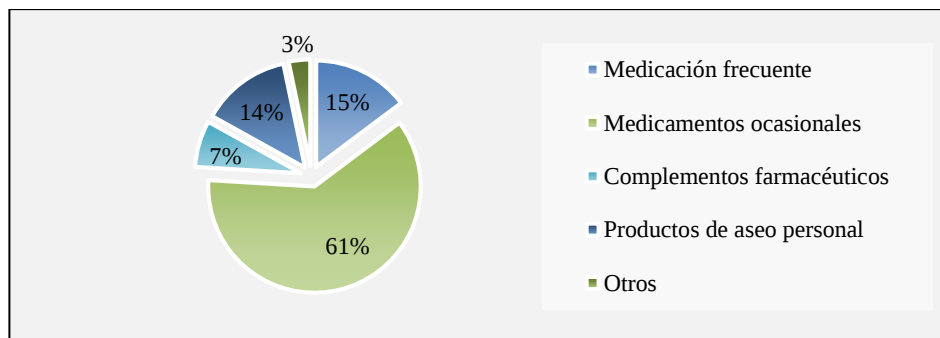


Figura 17. Tipo de productos

Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis

El 61% de los habitantes adquiere medicamentos ocasionales, el 15% medicación frecuente, el 14% productos de aseo personal, el 7% compra complementos farmacéuticos y otros productos adicionales el 3%. Los medicamentos ocasionales son

aquellos que adquieren cuando tienen una dolencia (cabeza, estomago, cuerpo), o cuando contraen una enfermedad infecciosa como por ejemplo gripe.

8. ¿Considera que es necesario que se implemente un botiquín en el barrio Santa Rosa?

Tabla 19

Necesidad de implementar botiquín

Opciones	No. encuestados	Porcentaje
Si	314	96%
No	13	4%
Total	327	100%

Nota. Resultados de aplicación de encuesta

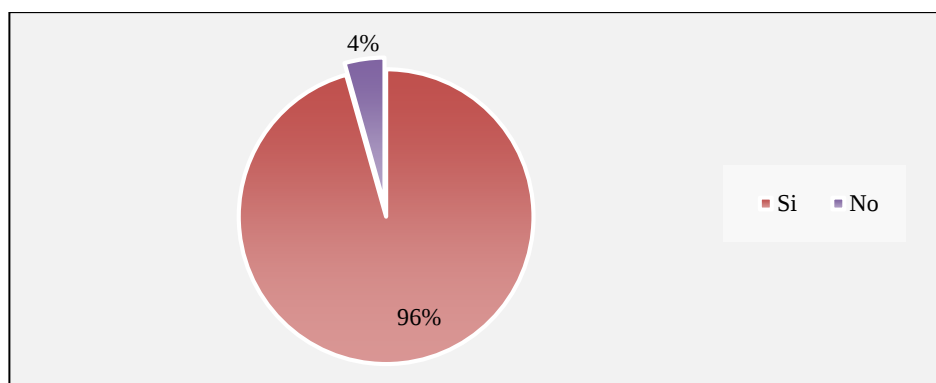


Figura 18. Necesidad de implementar botiquín

Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis

El 96% de los habitantes considera que si es necesario que se implemente un botiquín en el barrio Santa Rosa, mientras que el 4% cree que no se necesita. Se observa que una mayoría está de acuerdo en la importancia de tener un establecimiento de este tipo para que facilite el acceso de medicamentos a la población del barrio Santa Rosa.

9. ¿Acudiría a realizar sus compras al botiquín del barrio Santa Rosa?

Tabla 20

Aceptación y compra en el botiquín

Opciones	No. encuestados	Porcentaje
Si	314	96%
No	13	4%
Total	327	100%

Nota. Resultados de aplicación de encuesta

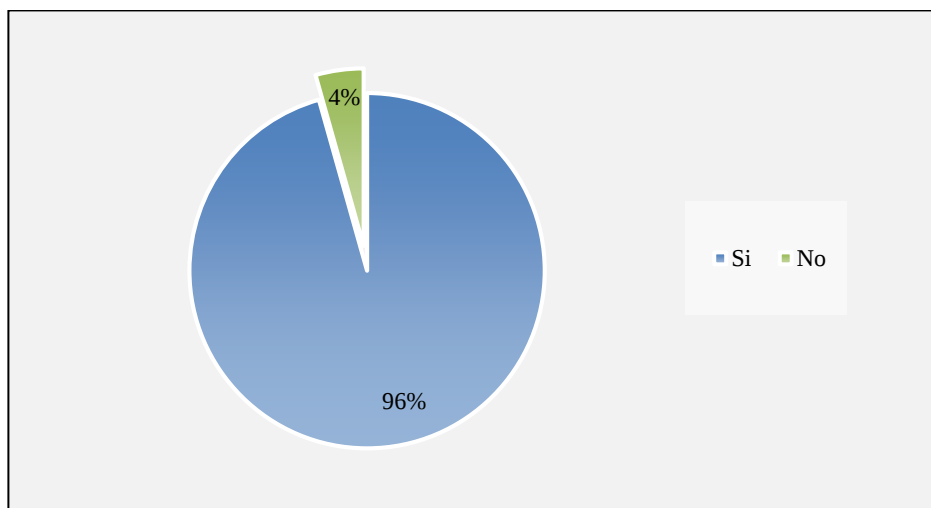


Figura 19. Aceptación y compra en el botiquín

Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis

El 96% de encuestados afirma que acudirá a realizar sus compras al botiquín del barrio Santa Rosa y solo el 4% muestra una respuesta negativa a esta propuesta. Estos resultados indican que existe apoyo de casi la totalidad de la población para que se implemente el botiquín, por tanto se estima que existirá una alta demanda de medicamentos.

10. ¿Qué tipo de incentivos le motivarían para realizar su compra en este lugar?

Tabla 21

Incentivos que motivan compra

Opciones	No. encuestados	Porcentaje
Plan medicación frecuente	53	16%
Descuentos	188	57%
Bonos de compra	49	15%
Entrega de accesorios	37	11%
Total	327	100%

Nota. Resultados de aplicación de encuesta

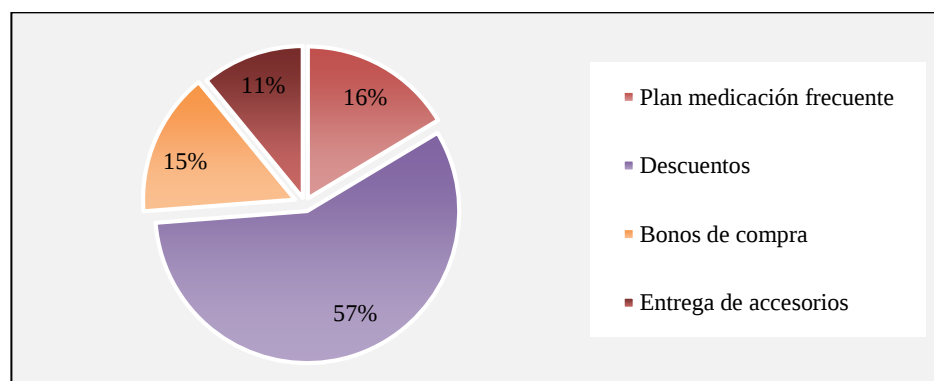


Figura 20. Incentivos que motivan compra

Fuente: Aplicación de encuesta

Análisis

El 57% de población encuestada expresa que le gustaría recibir descuentos como incentivo para realizar sus compras en el botiquín, el 16% prefiere que el establecimiento cuente con plan de medicación frecuente, el 16% prefiere bonos de compra y el 11% la entrega de accesorios. Los descuentos motivan la compra de mayoría de la población, por tanto es importante tomar en cuenta estos criterios a la hora de realizar promociones para atraer a clientes.

3.02 Oferta

A decir de Ávila (2014), “la oferta es la cantidad de bienes y servicios que las empresas colocan el mercado para el cliente o consumidor adquiera los compre a un precio establecido.” (p. 49)

Por tanto, la oferta son los establecimientos que se dedican al expendio de productos farmacéuticos genéricos y originales que están ubicados dentro del barrio Santa Rosa o de sectores aledaños de la parroquia La Merced de la ciudad de Quito. No obstante, se conoce que en el sitio donde se pretende implementar el botiquín no existe un establecimiento similar o farmacia, lo cual se trabajara con la oferta de la parroquia.

La oferta se determina por medio de un análisis histórico, actual y proyectado, con la finalidad de establecer el monto de productos que han sido puestos en el mercado por la competencia, están y estarán en posibilidad de cubrir una parte o la totalidad del mercado. En la práctica se ha establecido.

3.02.01 Oferta histórica.

Se calcula la oferta histórica con la finalidad de conocer el comportamiento y posible a futuro que tendrá el mercado o sector farmacéutico. Los datos históricos de la oferta se toman desde 5 años atrás, es decir desde el año 2013 hasta el 2017.

Tabla 22

Oferta histórica

Años	PIB	Oferta histórica (USD)
2013	3,9%	78.355,20
2014	3,8%	81.411,05
2015	2,0%	84.504,67
2016	1,5%	86.194,76
2017	1,5%	87.487,68

Nota. Oferta histórica a partir de la oferta actual

Análisis

Como se puede ver en la tabla la oferta histórica está calculada a partir de la oferta actual que es de USD 87.487,68, a la cual se le dedujo el porcentaje del PIB obtenido del Banco Central del Ecuador; y como resultado se tiene que la oferta del año 2013 fue de USD 78.355,20.

3.02.02 Oferta actual

De acuerdo a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, en la parroquia La Merced existen registrado dos farmacias llamadas “Renacer” y “Alexander”, que tienen una participación en el mercado del 100% (Agencia Nacional de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria, 2017).

Dichas farmacias se encuentra ubicada en la parte céntrica de la parroquia, pues específicamente en el barrio Santa Rosa no existe un establecimiento de este tipo.

Tabla 23

Oferta actual

Detalle	Ventas Diarias	Ventas Mensuales	Ventas Anuales (USD)	Participación
Farmacia Renacer	133,33	4.000,00	48.000,00	54%
Farmacia Alexander	113,33	3.400,00	40.800,00	46%
Totales	246,67	7.400,00	88.800,00	100%

Nota. Oferta actual calculada de dos farmacias

Análisis

Se determinó que la farmacia Renacer factura aproximadamente USD 133,33 diarios, que representan USD 4.000,00 mensuales y USD 48.000,00 anuales, el porcentaje de participación es de 54%. De igual forma la farmacia Alexander factura un valor anual de USD 40.800,00, el nivel de participación es 46%.

3.02.03 Oferta proyectada.

La proyección de la oferta se realiza con los resultados de la oferta actual del año 2018 y con el PIB promedio de los cinco años históricos que es de 2,5%.

Tabla 24

Oferta Proyectada

Años	PIB	Oferta proyectada (USD)
2019	2,5%	91.055,52
2020	2,5%	93.368,33
2021	2,5%	95.739,89
2022	2,5%	98.171,68
2023	2,5%	100.665,24

Nota. Proyección de la oferta con la tasa promedio del PIB de 5 años atrás.

Análisis

Empleando la tasa de crecimiento del PIB se puede ver que se tiene un aumento de la oferta que llega a USD 100.665,24 en el año 2023 que es el quinto año proyectado.

3.03 Productos sustitutos

Rivera & Garcillán (2012) manifiestan que “los productos sustitutos se encargan de cumplir las mismas funciones del grupo consumidor pero que son elaborados con ingredientes o tecnología diferente, que pueden resultar de menor costo, lo cual se puede convertir en una amenaza para la industria.” (p. 244)

Los productos sustitutos son considerados una fuerza competitiva que pueden captar gran demanda de clientes y pérdidas económicas para las empresas de producción. Dentro del sector farmacéutico se tiene como sustituto la medicina natural que puede tener efectos menos nocivos, un precio inferior comparado con los fármacos y por ende reducción de ingresos.

Los centros naturistas permiten satisfacer las mismas necesidades, es por ello que han ido ganando gran notoriedad en el mercado. Es así que en la actualidad existen marcas reconocidas como por ejemplo: Herbalife, Omnilife, Forlife, laboratorios Natualfa, Nature's Garden entre otros.

En este sentido, en el sector de Santa Rosa algunas personas aún mantienen firme las creencias sobre el consumo de productos naturales y es por ello que buscan

establecimientos que oferten este tipo de productos. De acuerdo a una observación se ha determinado que existen dos locales que se dedican a la venta de este tipo de medicina, los mismos que se llaman Punto Natura y tienda Naturista La Merced.

3.03.01 Oferta histórica.

La oferta histórica de productos sustitutos permite conocer el comportamiento que ha tenido el mercado de medicina natural, el cual es competencia directa que puede incidir en la creación del botiquín.

Tabla 25

Oferta histórica de productos sustitutos

Años	PIB	Oferta histórica (USD)
2013	3,9%	51.354,42
2014	3,8%	53.357,24
2015	2,0%	55.384,82
2016	1,5%	56.492,51
2017	1,5%	57.339,90

Nota. Oferta histórica de productos sustitutos a partir de la oferta actual

Análisis

La oferta histórica se calculó previo a la determinación de la oferta actual de productos sustitutos y posteriormente se disminuyó el valor porcentual correspondiente al PIB, dando como resultados USD 57.339,90 en el año 2017 y 51.354,42 en el año 2013.

3.03.02 Oferta actual.

Como se mencionó anteriormente existen dos establecimientos que ofertan productos naturales dentro de la parroquia La Merced. Se ha determinado que estos negocios tienen un nivel de ventas mínimo diario de USD 70,00 y un máximo de USD 100,00 por lo cual se obtiene el promedio, dando como resultado el siguiente nivel de oferta de productos sustitutos:

Tabla 26

Oferta actual de productos sustitutos

Detalle	Ventas Diarias	Ventas Mensuales	Ventas anuales (USD)	Participación
Punto Natura	83,33	2.500,00	30.000,00	52%
Tienda Naturista La Merced	78,33	2.350,00	28.200,00	48%
Totales	161,67	4.850,00	58.200,00	100%

Nota. Oferta actual de productos sustitutos

Análisis

De acuerdo a los cálculos realizados, la oferta actual de productos sustitutos (medicina natural) asciende a USD 58.200,00.

3.03.03 Oferta proyectada.

Para proyectar la oferta de productos sustitutos se toma en cuenta el promedio del PIB de los cinco años históricos que es de 2,5%.

Tabla 27***Oferta Proyectada de productos sustitutos***

Años	PIB	Oferta proyectada (USD)
2019	2,5%	59.678,28
2020	2,5%	61.194,11
2021	2,5%	62.748,44
2022	2,5%	64.342,25
2023	2,5%	65.976,54

Nota. Proyección de la oferta de productos sustitutos con la tasa promedio del PIB de 5 años atrás.

Análisis

La oferta proyectada de productos sustitutos en el año 2019 es de USD 59.678,28 y para el año 2023 es de USD 65.976,54.

3.04 Demanda

Casado & Sellers (2013) afirman: “la demanda es aquella cantidad total de bienes y servicios que tienen la posibilidad de ser comprados por los consumidores a precios previamente establecidos por el mercado.” (p. 102) En este caso la demanda son los habitantes del barrio Santa Rosa que requieren de productos farmacéuticos.

3.04.01 Demanda histórica.

La demanda histórica está dada por el volumen de gastos estimados requeridos por los habitantes del sector Santa Rosa. Su cálculo se realizó luego de establecer la demanda actual, del cual se disminuyó con la tasa de crecimiento poblacional del barrio obtenido del Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial del GAD Parroquial La Merced.

Tabla 28

Demanda histórica

Años	Tasa de Crecimiento poblacional	Demanda histórica USD
2013	5,12%	497.990,53
2014	4,00%	523.487,64
2015	3,69%	544.427,15
2016	4,30%	564.516,51
2017	4,20%	588.790,72

Nota. Demanda histórica a partir de la demanda actual

3.04.02 Demanda actual.

Para calcular la demanda actual se toma en cuenta la población en familias y se multiplica por el promedio de consumo mensual que es USD 23,15 obtenido de los resultados de la encuesta, con esto se tiene una demanda USD 51.126,66 y anual de USD 613.519,93, tal como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 29

Determinación de demanda actual en USD

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BOTIQUÍN EN LA PARROQUIA LA MERCED BARRIO SANTA ROSA DMQ PERIODO 2017-2018

Población (familias)	2.209
Consumo promedio de hogares	23,15
Demanda mensual	51.126,66
Demanda anual	613.519,93

Nota. Cálculo de la demanda actual

Análisis

La demanda en familias es de 2.209 que comprarán productos farmacéuticos con un promedio de consumo superior a 20 dólares.

3.04.03 Demanda proyectada.

La proyección de la demanda se realiza con el promedio de la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia La Merced que es de 4,26%.

Tabla 30

Demanda proyectada

Años	Crecimiento poblacional	Demanda proyectada USD
2019	4,26%	639.668,15
2020	4,26%	666.930,81
2021	4,26%	695.355,40
2022	4,26%	724.991,45
2023	4,26%	755.890,58

Nota. Proyección de la demanda con la tasa de crecimiento de la población

Análisis

La proyección de la demanda se realiza para los cinco años posteriores al cálculo de la demanda actual del año 2018, que permitió tener un resultado de USD 755.890,58 en el año 2023.

3.05 Balance Oferta – Demanda

Al resultado del balance oferta y demanda se le conoce como demanda insatisfecha que es el valor del mercado que aún no ha sido atendido por la oferta actual (Miranda, 2015). Se tiene demanda insatisfecha cuando la demanda es superior a la oferta.

3.05.01 Balance actual.

La oferta actual se suma con la oferta de productos sustitutos y a esto se resta la demanda calculada y se obtiene una demanda insatisfecha de USD 465.377,99.

Tabla 31

Balance actual

	Oferta	Demanda
Oferta actual	88.800	
Oferta productos sustitutos	58.200	
Totales	147.000	613.519,93
Demanda insatisfecha		466.519,93

Nota. Demanda superior a oferta

3.05.02 Balance proyectado.

Las proyecciones tanto de la oferta como de la demanda permiten obtener el siguiente resultado:

Tabla 32***Balance Proyectado***

Años	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Demanda insatisfecha	Demanda insatisfecha del proyecto 60%	Ventas anuales
2019	150.733,80	639.668,15	488.934,35	293.360,61	32.269,67
2020	154.562,44	666.930,81	512.368,37	307.421,02	33.816,31
2021	158.488,32	695.355,40	536.867,08	322.120,25	35.433,23
2022	162.513,93	724.991,45	562.477,52	337.486,51	37.123,52
2023	166.641,78	755.890,58	589.248,80	353.549,28	38.890,42

Nota. La demanda supera a la oferta

Análisis

El balance de la oferta y demanda muestra la existencia de demanda insatisfecha en los cinco años proyectados, lo cual indican una oportunidad para cubrir parte o la totalidad de ese mercado que aún no ha sido atendido. De acuerdo a los datos obtenidos se estima que la demanda del proyecto es del 60%, de los cuales se está en capacidad de cubrir el 11% que corresponde al nivel de ventas del botiquín. Cabe señalar que se toma el 11% ya que se realizó una comparación con el volumen de ventas de la competencia en el que se tiene un promedio de USD 123,33 ventas diarias, por tanto, se estima que el Botiquín Santa Rosa al iniciar la actividad económica tendrá un volumen de ventas por debajo de la competencia (USD 112,05 diario), y se espera que al tercer año alcanzar el mismo nivel de competitividad.

4 CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.01 Tamaño del proyecto

El estudio técnico es aquel que permite identificar aspectos técnicos operativos con el propósito de que se tenga un correcto manejo de los recursos disponibles para el proyecto. Es por ello que uno de los aspectos que se establecen dentro de este capítulo es el tamaño del proyecto. De acuerdo con Miranda (2015) el tamaño es “la capacidad de producción o cantidad de productos posibles de elaborarse en un tiempo determinado.” (p. 120)

Establecer el tamaño del proyecto es importante y necesario debido a que orienta al cálculo de costos óptimos, así como de las inversiones que se requieren para poner en ejecución el proyecto de creación del botiquín.

Existen factores o variables que pueden condicionar el tamaño del proyecto, entre los cuales se destacan los siguientes:

- Demanda: son los habitantes del barrio Santa Rosa que aceptaron (según la encuesta) adquirir los productos farmacéuticos del botiquín. Se obtuvo una demanda insatisfecha de USD 488.934,35.
- Materias primas: El botiquín se dedicará a la comercialización de medicamentos, para lo cual se contactará con los proveedores existentes en la provincia para que abastezcan de medicamentos según las necesidades de la población. Se buscará convenios con proveedores para disminución de costos.
- Recursos financieros: para la implementación del proyecto se requiere establecer un monto de inversión, el cual será financiado una parte con recursos propios del inversionista mientras que otra parte por medio de un crédito a una institución financiera.
- Talento humano: para la comercialización de los productos es necesario que se contrate personal capacitado, que se realizará a través de un proceso de selección para que puedan desempeñar correctamente.

- Tecnología: ayudará a tener una mejor administración y control del establecimiento, pues a través un sistema de registro de inventario se puede mantener stocks mínimos para evitar desabastecimiento de medicamentos.

4.01.01 Capacidad instalada.

La capacidad instalada es el volumen de producción máximo de bienes o prestación de servicios permanente dentro de una empresa en un tiempo establecido, que se calcula en función de la demanda existente y recursos disponibles (Rosales, 2013).

Se refiere al volumen de ventas máximo que puede tener el botiquín de acuerdo a los recursos y equipos con los que cuente el proyecto, el cual se puede establecer de forma mensual o anual.

Tabla 33

Capacidad instalada

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Equipo de computación			
Computadores de escritorio	1	250,00	250,00
Caja registradora	1	650,00	650,00
Impresora multifunción	1	120,00	120,00
Equipo de oficina			
Refrigerador	1	300,00	300,00
Termohigrómetro 20 x 25 cm	1	30,00	30,00
Teléfono inalámbrico	1	25,00	25,00
Extintor 10lb	1	25,00	25,00
Dispensador de cinta	1	8,00	8,00
Muebles y enseres			
Vitrina	2	80,00	160,00
Vitrina aerea	1	80,00	80,00
Archivador	1	60,00	60,00
Sillas	1	15,00	15,00
Estanterías 1,5m x60 cm	3	110,00	330,00
Perchas 1m x 0,45m - 9 pisos	4	50,00	200,00
Letrero frontal grande	1	180,00	180,00
Letrero frontal pequeño	1	80,00	80,00

Suministros de oficina			
Resmas de papel bond	6	4,50	27,00
Esferográficos (paquete 12 unid)	4	4,00	16,00
Grapas (Caja)	12	1,50	18,00
Cuadernos	6	0,80	4,80
Libretas	6	0,30	1,80
Carpetas	5	0,25	1,25
Tijeras	2	1,70	3,40
Grapadora	2	1,50	3,00
Perforadora	2	1,30	2,60
Marcadores	12	1,25	15,00
Caja de clips	9	0,85	7,65
TOTAL			2.613,50

Nota. Capacidad instalada (USD) en base a cálculos de acuerdo a horarios e infraestructura

4.01.02 Capacidad óptima.

El botiquín funcionará en un área de 40m² conformada por el área administrativa – contable, el área de atención al público o venta, el de almacenamiento y baños; tamaño que está acorde a los criterios que constan dentro del Reglamento y Control de funcionamiento de establecimientos farmacéuticos.

- Área administrativa – contable: estaciones de trabajo del administrador.
- Área de atención al público o venta: contiene las perchas de medicamentos para la venta a los clientes. Caja registradora para facturar la venta.
- Área de almacenamiento: bodega destinada para guardar los medicamentos que abastecerán las perchas de acuerdo a la demanda.
- Baños: baterías sanitarias y lavabos para uso del personal de la farmacia.

4.02 Localización

Muñoz (2013) manifiesta que para establecer una correcta localización y se tenga éxito de un negocio es importante considerar criterios económicos, estratégicos u otros que proporcionen ventajas competitivas y maximización de la rentabilidad.

En la localización se seleccionan diferentes alternativas o lugares que son analizados con la comparación de criterios, los mismos que permiten establecer el lugar más apropiado y conveniente para implementar el proyecto.

Para establecer una mejor ubicación el análisis de la localización se efectúa en dos partes: macro localización y micro localización, tal como se detalla a continuación:

4.02.01 Macro localización.

La macro localización permite encontrar la ubicación general que presenta mayor ventaja para la implementación del proyecto, la cual pueda cubrir los requerimientos y otros aspectos técnicos (Flórez, 2016).

En este sentido, la macro localización del Botiquín Santa Rosa se muestra de la siguiente manera:



Figura 21. Mapa de macro localización

Fuente: Google Maps (2017)

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Pichincha

4.02.02 Micro localización.

La micro localización permite elegir el punto exacto y apropiado para la ubicación de una empresa, en donde funcionará la actividad productiva, comercial o de servicios (Flórez, 2016). Existen aspectos que deben tomarse en cuenta para seleccionar el lugar más idóneo, como vías, transporte, costos, servicios básicos, entre otros. En este caso se emplea el método cualitativo por puntos para seleccionar el lugar de localización adecuada con base a estos factores, es así que se pondera, para lo cual se multiplica el

peso asignado por la puntuación otorgada a cada lugar, obteniendo una suma total de

1.00 (Baca, 2014) Los criterios para calificación son los siguientes:

- Malo = 1 punto
- Regular = 2 puntos
- Bueno = 3 puntos
- Muy Bueno = 4 puntos
- Excelente = 5 puntos

Para el análisis se va a considerar tres parroquias como: La Merced, Guangopolo y Amaguaña, las cuales forman parte de la Administración Zonal Los Chillos. En la siguiente tabla se presentan los resultados del método cualitativo por puntos.

Tabla 34

Método cualitativo por puntos para micro localización

Factor relevante	Peso	La Merced		Guangopolo		Amaguaña	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Vías de acceso	0,17	4	0,68	3	0,51	3	0,51
Medios de Transporte	0,18	4	0,72	4	0,72	5	0,90
Servicios Básicos	0,18	5	0,90	4	0,72	4	0,72
Mano de Obra	0,15	4	0,60	3	0,45	3	0,45
Seguridad	0,18	4	0,72	3	0,54	3	0,54
Costo de Arrendamiento	0,14	3	0,42	3	0,42	3	0,42
Total	1,00		4,04		3,36		3,54

Nota. Método cualitativo por puntos para seleccionar la micro localización.

La micro localización del Botiquín es en la parroquia La Merced, pues, obtuvo un puntaje superior al resto con 4,04 puntos.

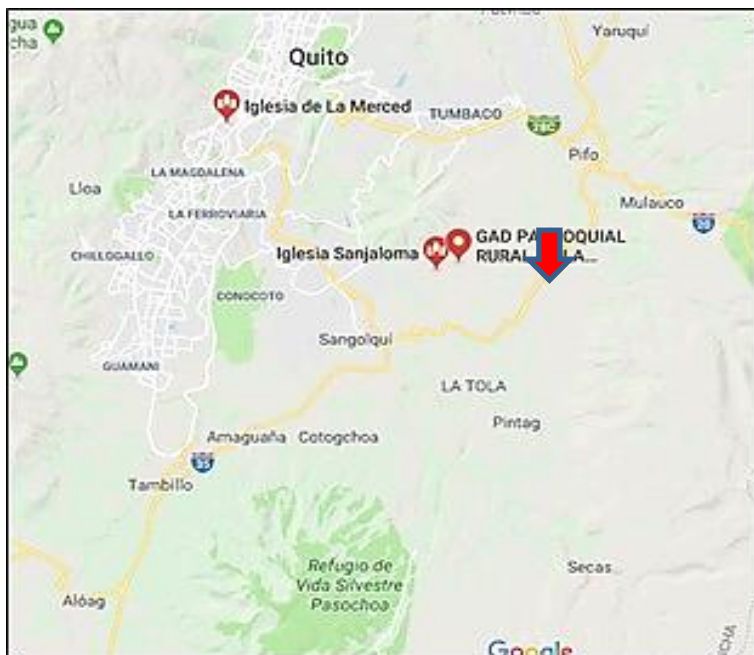


Figura 22. Mapa de micro localización

Fuente: Google Maps (2017)

Cantón: Quito

Administración Zonal: Valle de los Chillos

Parroquia: La Merced

4.02.03 Localización óptima.

La localización óptima se refiere a la selección del lugar más idóneo para que el proyecto se apueste en marcha con base a factores que influyen en el desarrollo de proyectos como accesos, transporte, etc., puesto que para la selección se aplica el método cualitativo por puntos (Baca, 2014).

Dentro de la parroquia La Merced se va a considerar tres barrios para el análisis como: Santa Rosa, Santa Ana y San Vicente, las cuales se ubican en zona la 3 de la Administración Zonal Los Chillos. En la siguiente tabla se presentan los resultados del método cualitativo por puntos.

Tabla 35

Método cualitativo por puntos para localización óptima

Factor relevante	Peso	Santa Rosa		Santa Ana		San Vicente	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Vías de acceso	0,17	4	0,68	3	0,51	3	0,51
Medios de Transporte	0,18	5	0,90	4	0,72	5	0,90
Servicios Básicos	0,18	5	0,90	4	0,72	4	0,72
Mano de Obra	0,15	4	0,60	3	0,45	3	0,45
Seguridad	0,18	4	0,72	3	0,54	3	0,54
Costo de Arrendamiento	0,14	3	0,42	3	0,42	3	0,42
Total	1,00		4,22		3,36		3,54

Nota. Método cualitativo por puntos para seleccionar la localización óptima.

La localización óptima del Botiquín es en el barrio Santa Rosa debido que tiene el mayor puntaje de 4,22, superior al obtenido en el barrio Santa Ana y San Vicente. Los medios de transporte, servicios básicos, mano de obra y seguridad son aspectos claves que favorecen al barrio seleccionado.

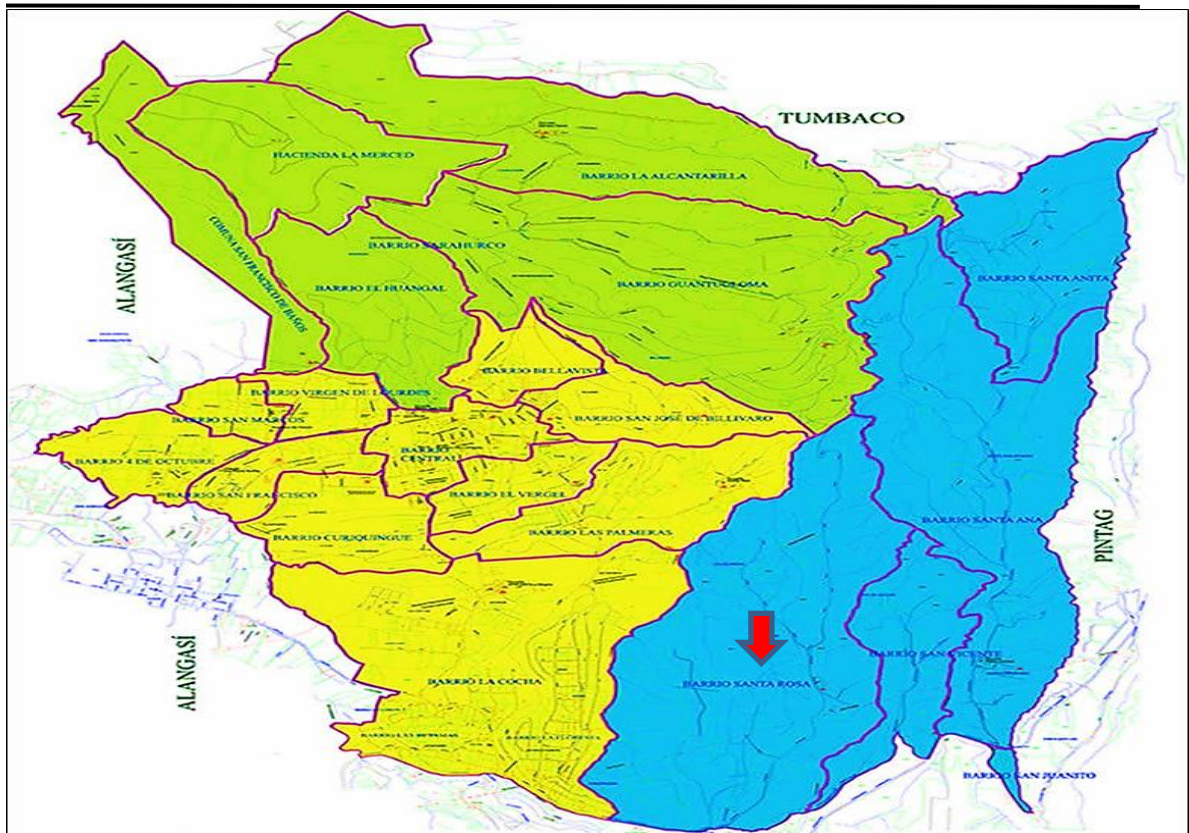


Figura 23. Mapa de micro localización

Fuente: GAD Parroquial Rural La Merced (2017)

Cantón: Quito

Administración Zonal: Valle de los Chillos

Parroquia: La Merced

Barrio: Santa Rosa

4.03 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto se refiere a factores técnicos, recursos, infraestructura y procesos necesarios para elaborar u ofrecer un producto o servicio final (Baca, 2014).

Así se consideran varios aspectos relacionados con la planificación de recursos que se requieren para entregar un producto de calidad a los clientes.

Por lo tanto, para la creación del Botiquín se toma en cuenta la ingeniería del proyecto enfocado en la definición de ByS (bienes-servicios), diseño de la distribución de la planta, proceso productivo, maquinarias y equipos.

4.03.01 Definición del ByS.

El botiquín Santa Rosa es una empresa que se dedicará a la venta y comercialización de medicinas genéricas y de marca, incluyendo insumos de aseo e higiene personal, por ende, son intermediarios entre el producto y consumidor final. Se encargará de oferta productos terminados que contribuyan a la prevención, alivio o mejora de la salud de los habitantes de la parroquia Santa Rosa.

4.03.02 Distribución de planta.

El botiquín Santa Rosa cuenta con tres áreas como: Administrativa-Contable, Atención al público, y almacenamiento, incluyendo baño, que ocuparan un espacio de 44 m².

Tabla 36

Tamaño de las áreas de la planta

Nº	Distribución	Tamaño (m2)
1	Área Administrativa-Contable	6
1	Área de atención al público	20
1	Área de almacenamiento	10
1	Baño	4
Total		40

Nota. Distribución de la planta para el Botiquín Santa Rosa.

En el área administrativa y contable trabajará el gerente, contador y secretaria, mientras que el área de atención al público estará el personal que se encargará del expendio de los medicamentos. El área de almacenamiento estará adecuado de acuerdo al tipo de productos que se van a comercializar, es decir área para productos controlados, refrigerados, termosensibles y productos en general.

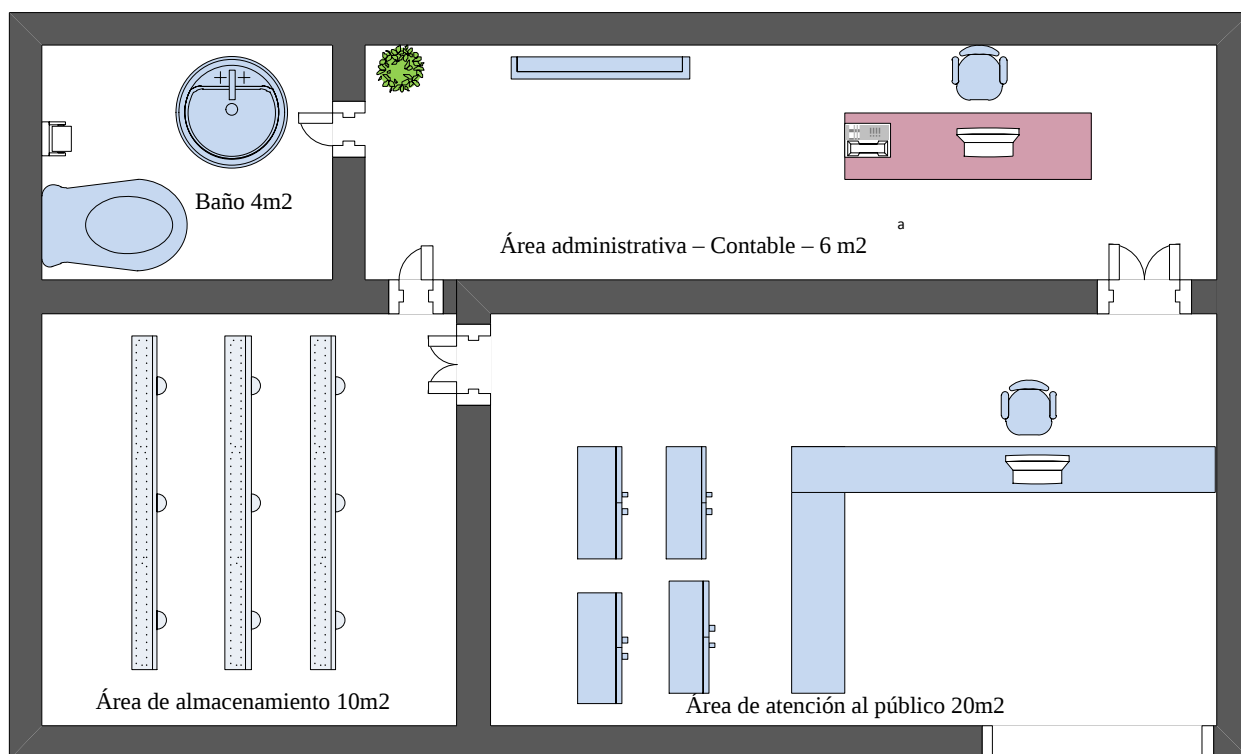


Figura 24. Distribución de la planta

Fuente: Investigación

4.03.03 Proceso productivo.

Risco (2013) señala que “el proceso productivo es una serie de actividades o pasos ordenados y necesarios para elaborar un producto o prestar un servicio que satisfaga las necesidades de los consumidores.” (p. 112)

Un proceso permite la transformación de los factores productivos (tierra, capital y trabajo) en productos y/o servicios. Por este motivo es importante definir claramente las operaciones y fases que implica la obtención del producto final, con el propósito de que el personal que se encargue de la ejecución pueda cumplir correctamente sus funciones.

Bajo estas consideraciones, se ha diseñado el proceso de comercialización de medicamentos empleando un diagrama de flujo que consta en la figura 8 del capítulo 2. Por tanto a continuación se presenta el diagrama de la compra de medicamentos a los proveedores.

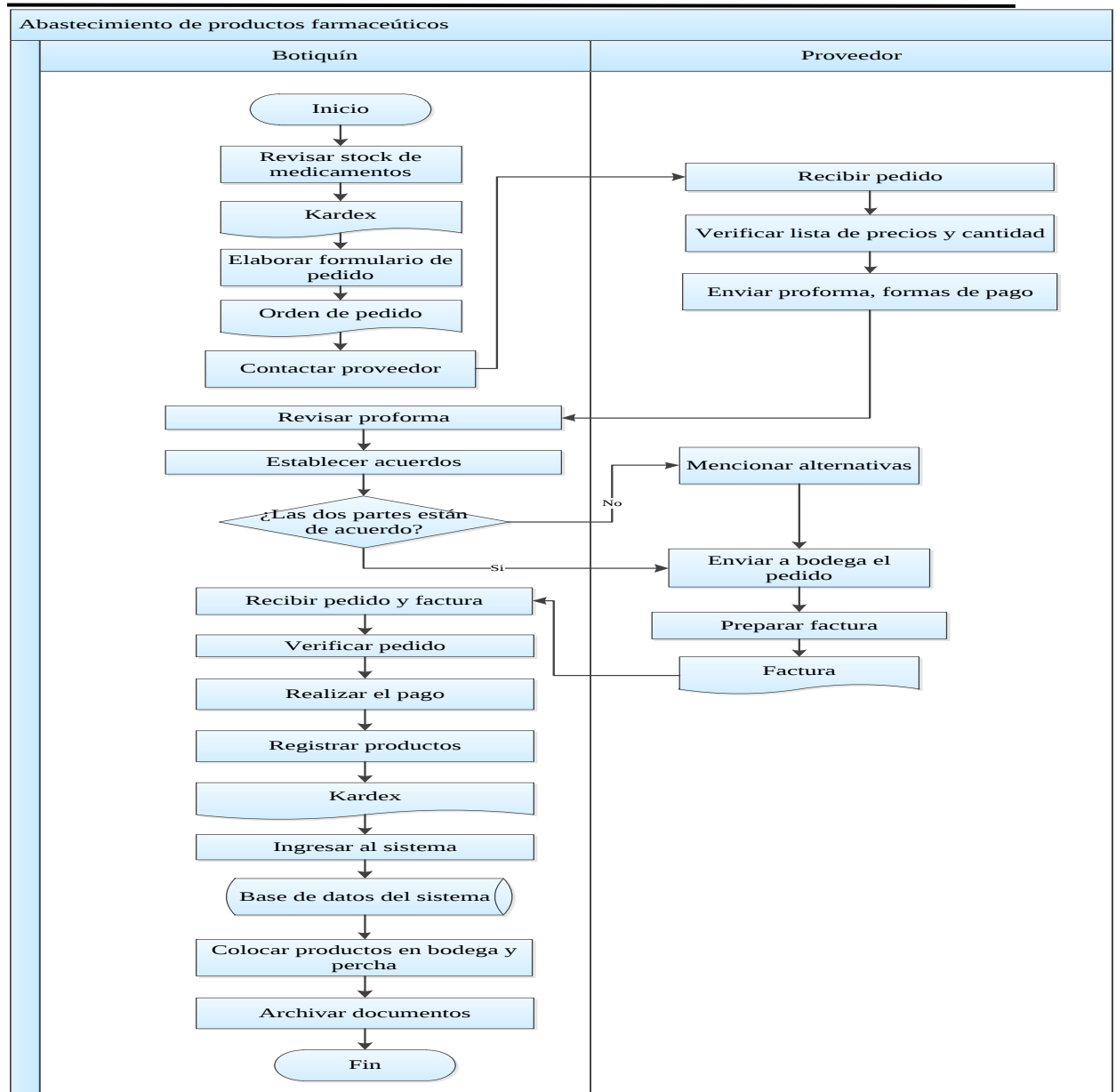


Figura 25. Abastecimiento de productos farmacéuticos

Fuente: Investigación

4.03.04 Maquinaria y equipos.

La maquinaria y equipos son los activos fijos con los que contará el botiquín Santa Rosa, necesarios para el correcto funcionamiento. De acuerdo con esto, el establecimiento no dispondrá de maquinaria, debido a que la actividad económica es la de comercializar productos farmacéuticos. En cuanto a los equipos se requiere de:

equipos de computación, equipo de oficina y muebles y enseres, tal como se detalla en las siguientes tablas:

Tabla 37

Equipos de computación

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadores de escritorio	1	250,00	250,00
Caja registradora	1	650,00	650,00
Impresora multifunción	1	120,00	120,00
Total			1.020,00

Nota. Requerimientos de equipos de computación

Las computadoras servirán tanto para el área de ventas como para el área administrativa – contable, que sirve como herramienta para el cumplimiento de las funciones del personal de dicha área.

Tabla 38

Equipos de oficina

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Refrigerador	1	300,00	300,00
Termohigrómetro 20 x 25 cm	1	30,00	30,00
Teléfono inalámbrico	1	25,00	25,00
Extintor 10lb	1	25,00	25,00
Dispensador de cinta	1	8,00	8,00
Total			388,00

Nota. Requerimientos de equipos de oficina

Los equipos de oficina están conformados por teléfono, extintor y dispensador de cinta. De igual manera se incluye un refrigerador para conservar ciertos productos que requieren mantenerse en temperaturas bajas y un termohigrómetro.

Tabla 39

Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Vitrina	2	80,00	160,00
Vitrina aérea	1	80,00	80,00
Archivador	1	60,00	60,00
Sillas	1	15,00	15,00
Estanterías 1,5m x60 cm	3	110,00	330,00
Perchas 1m x 0,45m - 9 pisos	4	50,00	200,00
Letrero frontal grande	1	180,00	180,00
Letrero frontal pequeño	1	80,00	80,00
Total			1.105,00

Nota. Requerimientos de muebles y enseres

Para adecuar el botiquín se requiere comprar vitrinas, estanterías y perchas para el área de ventas y almacenamiento. Los requerimientos de equipos se han considerado en base a la infraestructura disponible, las áreas y puestos de trabajo.

5 CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO

5.01 Ingresos operacionales y no operacionales

Los ingresos de una empresa son las entradas de dinero que le permiten incrementar el patrimonio y a su vez cubrir gastos. Estos ingresos provienen de la venta de un producto o servicio o por la prestación de un servicio adicional (Miranda, 2012). En otras palabras los ingresos operacionales son aquellos que se originan de la propia actividad económica con la que fue constituida, mientras que los no operacionales son ocasionales y adicionales a la actividad.

5.01.01 Ingresos operacionales

Los ingresos operacionales guardan relación directa con la producción de un producto o prestación del servicio que corresponde al objeto o actividad por la que fue constituida la empresa. En este caso los ingresos operacionales del botiquín Santa Rosa se obtienen de la comercialización de los productos farmacéuticos.

Tabla 40***Ingresos operacionales***

Ingresos Operacionales	Valor Total
Número de familias	2.209
Consumo promedio mensual	23,15
Total mensual	51.126,66
Total anual	613.519,93
Demanda Insatisfecha	488.934,35
Demanda insatisfecha del proyecto 60%	293.360,61
Se tomara el 11% demanda insatisfecha	32.269,67
Promedio ventas mensuales	2.689,14

Nota. Calculado en base a la demanda insatisfecha

5.01.02 Ingresos no operacionales

Son entradas de dinero adicional de la actividad económica de la empresa que pueden estar relacionados con dividendos, intereses o descuentos, por tanto, significa que no tienen relación directa con la producción de bienes o servicios directos que ofrece la compañía.

El botiquín Santa Rosa se dedicará a comercializar productos farmacéuticos y de cuidado personal, por tanto no tendrá ingresos adicionales por la venta de otros productos.

5.02 Costos

Los costos son erogaciones de dinero que se efectúan por la producción de un bien o servicio dentro de un periodo de tiempo. Estas salidas de dinero pueden representar gastos por el pago de algunos rubros (servicios básicos, alquiler, sueldos), así como

también inversiones (costos) que permiten obtener entradas de dinero a futuro (Faga & Ramos, 2014).

Para desempeñar la actividad económica del botiquín es necesario el desembolso de recursos financieros que se los conoce como costos cuando están relacionados con la parte operativa del establecimiento o como gastos cuando guardan relación con las áreas administrativas y de ventas.

5.02.01 Costo directo.

Los costos directos son aquellos que se asocian con la elaboración del producto, bien o servicio. Estos valores por lo general se muestran en presupuestos y están divididos en materias primas y mano de obra que es el personal operativo que trabaja en el área de producción.

El botiquín Santa Rosa se encargará de la oferta y comercialización de productos farmacéuticos y cuidado personal, los cuales constan dentro del cuadro nacional de medicamentos básicos novena edición que están clasificados como: medicamentos esenciales de uso general, para enfermedades catastróficas, antídotos y esenciales de uso exclusivos; en sus formas orales, parenterales, nasales, inhalación, oftálmicas, rectales, vaginales y cutáneas.

El abastecimiento de estos productos será a través de los proveedores señalados en el capítulo 2 del análisis situacional, para que se pueda cubrir las necesidades de la población del sector. Dichos medicamentos estarán a la venta con y sin receta médica. A

continuación se describe el laboratorio o proveedor y el valor que se va a adquirir de medicamentos.

Tabla 41

Costos directos

Detalle	Valor Anual
Sanofi - Genfar	1.597,35
Laboratorios Rocnart	798,67
Quifatex S.A.	1.277,88
Laboratorios H.G.	1.118,14
Difare	798,67
Leterago	1.118,14
Roemmers	1.437,61
Biogenet	1.277,88
PharmaBrand	1.597,35
Laboratorios Bagó	1.118,14
Chalver laboratorios	1.277,88
Novartis	1.277,88
Abbott Laboratorios del Ecuador Cía. Ltda.	1.277,88
Total	15.973,49

Nota. Valor de compra a laboratorios

5.02.02 Costos indirectos.

Los costos indirectos son los egresos que no intervienen directamente en la elaboración de un producto o servicio o no son parte de una actividad concreta dentro del proceso productivo, por lo que resulta difícil calcular el costo específico. Como costos indirectos se incluye el pago de los servicios básicos y los suministros de aseo y limpieza durante un periodo.

Para la venta de productos farmacéuticos se requiere disponer de los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica internet y teléfono.

Tabla 42

Servicios básicos

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Agua Potable	m3	120	0,95	114,00
Energía eléctrica	Kw/h	1800	0,12	216,00
Internet y teléfono	Paquete	12	25,00	300,00
Total				630,00

Nota. Pago de servicios básicos

Asimismo para mantener la limpieza y el orden de la infraestructura y especialmente del área de ventas es importante adquirir ir suministros e insumos.

Tabla 43

Suministros de aseo y limpieza

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total Anual
Basurero	4	7,00	28,00
Kit de aseo y limpieza	2	75,00	150,00
Total			178,00

Nota. Contempla posibles imprevistos que se pueden dar en la empresa

5.02.03 Gastos administrativos.

Estos gastos son necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa, pues se destina a la dirección y control de todas las actividades de la empresa, de tal manera que se pueda cumplir con los objetivos y metas planteadas dentro de la misma.

Como gastos administrativos se incluye el pago al administrador. Los sueldos están dentro de las exigencias de ley, considerando beneficios y prestaciones sociales.

Tabla 44

Sueldo personal administrativo

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo Total	IESS Patronal 11,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Valor mensual total	Valor Anual Total
Administrador	1	400,00	400,00	44,60	33,33	32,17	510,10	6.121,20
Total		400,00	400,00	44,60	33,33	32,17	510,10	6.121,20

Nota. Contempla beneficios de ley

Las depreciaciones del equipo de computación, de oficina, los muebles y enseres, igualmente son un gasto administrativo y se calculan con el método de línea recta de acuerdo a la vida útil de cada activo fijo.

Tabla 45

Depreciaciones

Detalle	Costo	Vida útil Años	Depreciación anual
Equipo de computación	1.020,00	3	340,00
Equipo de oficina	388,00	10	38,80
Muebles y enseres	1.105,00	10	110,50
Total	2.513,00		489,30

Nota. Calculado con el método de línea recta

El seguro y mantenimiento de los activos fijos es necesaria para preservar su vida útil, por tanto se considera el 3% sobre el valor del costo.

Tabla 46

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BOTIQUÍN EN LA PARROQUIA LA MERCED BARRIO SANTA ROSA DMQ PERIODO 2017-2018

Seguro y mantenimiento

Detalle	Costo	Porcentaje	Valor total Anual
Equipo de computación	1.020,00	3%	30,60
Equipo de oficina	388,00	3%	11,64
Muebles y enseres	1.105,00	3%	33,15
Total	2.513,00		75,39

Nota. 3% del valor del costo

Para el funcionamiento del botiquín se requiere disponer de una infraestructura adecuada y acorde a las necesidades, para lo cual se ha visto pertinente arrendar un local que cuente con las especificaciones del estudio técnico. El valor a pagar será de USD 100,00 mensuales incluido IVA.

Tabla 47

Gasto arriendo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Arriendo	12	89,29	1.071,43
IVA 12%			128,57
Total			1.200,00

Nota. Arriendo de local

Para que el botiquín pueda funcionar legalmente se necesita obtener los permisos de funcionamiento que aprueban los organismos competentes, así dichas erogaciones son consideradas dentro de los gastos administrativos que son desembolsados únicamente en el primer año.

Tabla 48

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BOTIQUÍN EN LA PARROQUIA LA MERCED BARRIO SANTA ROSA DMQ PERIODO 2017-2018

Gastos de constitución

Detalle	Valor total
Trámite para constitución	90,00
Permisos de funcionamiento	60,00
Total	150,00

Nota. Gasto se paga 1 solo año

Los activos diferidos o intangibles se amortizan en función de la vida útil del proyecto, que en este caso es de 5 años, que corresponde al 20% anual. El valor de la amortización de cada año es la siguiente:

Tabla 49

Amortización de activos diferidos

Detalle	Costo	Porcentaje	Valor total
Software contable	350,00	20%	70,00
Total	350,00		70,00

Nota. Se amortiza en 5 años

De igual forma se adquiere suministros de oficina que son parte de los gastos administrativos, los cuales se detalla a continuación:

Tabla 50

Suministros de oficina

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Resmas de papel bond	6	4,5	27,00
Esferográficos (paquete 12 unid)	4	4	16,00
Grapas (Caja)	12	1,5	18,00
Cuadernos	6	0,8	4,80
Libretas	6	0,3	1,80
Carpetas	5	0,25	1,25
Tijeras	2	1,7	3,40
Grapadora	2	1,5	3,00
Perforadora	2	1,3	2,60
Marcadores	12	1,25	15,00
Caja de clips	9	0,85	7,65
Total			100,50

Nota. Valor de suministros de oficina

5.02.04 Costos de ventas.

Los costos de ventas son los desembolsos de dinero para la comercialización de un bien o servicio. Dentro de este rubro se incluye el pago al vendedor y publicidad y propaganda. Se ha previsto la contratación de un vendedor de medicamentos así como la publicidad para difundir el nuevo establecimiento y alcanzar el nivel de ventas deseado.

Para el caso del sueldo se toma en consideración la remuneración más beneficios y prestaciones sociales, de acuerdo a las normas vigentes.

Tabla 51

Sueldo personal ventas

Cargo	Cant.	Sueldo Mensual	Sueldo Total	IESS Patronal 11,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Valor mensual total	Valor Anual Total
Vendedor	1	400,00	400,00	44,60	33,33	32,17	510,10	6.121,20
Total	1	400,00	400,00	44,60	33,33	32,17	510,10	6.121,20

Nota. Remuneración más beneficio de ley

La publicidad que se llevará a cabo es la entrega de trípticos a la población para que puedan conocer el botiquín y la oferta de medicamentos, al mismo tiempo se ha previsto la compra de llaveros para entregar a los clientes que realicen las primeras compras dentro del establecimiento.

Tabla 52

Publicidad y promoción

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Trípticos (1.000 unidades)	4	50,00	200,00
Llaveros (paquete 100 unid)	2	30,00	60,00
Total			260,00

Nota. Gastos para compra de trípticos y llaveros

5.02.05 Costos financieros.

Los costos financieros son los intereses que se generan por solicitar un crédito bancario, destinado al financiamiento de la implementación del proyecto. Para el financiamiento de la inversión total se va a solicitar un crédito a BANECUADOR que otorga créditos productivos para pequeños negocios, a una tasa de interés del 9,76%

anual, en un plazo de 5 años. El monto del crédito es de USD 3.043,36. Las fórmulas de cálculo tanto del interés como de la cuota es la siguiente:

$$\text{Interés} = \text{Capital} * \text{interés} * \text{tiempo}$$

$$\text{Interés} = 3.043,36 * (0,0976/12) * 1$$

$$\text{Interés mensual} = 24,75$$

$$\text{Cuota} = \frac{A * i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

A = Monto del crédito

i = tasa de interés

n = número de periodos

$$\text{Cuota} = \frac{3.043,36 * (\frac{0,0976}{12})}{1 - (1 + (\frac{0,0976}{12}))^{-60}}$$

$$\text{Cuota mensual} = 64,30$$

De acuerdo a la aplicación se las fórmulas se tiene que el primer mes se tiene que pagar un interés de USD 24,755 y una cuota fija de USD 64,30. El resultado del interés para los siguientes meses se muestra en la tabla de amortización ubicada en los anexos.

5.02.06 Costos fijos y costos variables.

Los costos pueden clasificarse en fijos y variables. Los costos fijos son aquellos que no varían o no dependen del volumen de producción, mientras que los costos variables guardan una estrecha relación con la cantidad producida, el número de servicios o número de productos vendidos. Los costos variables son los costos directos e indirectos identificados dentro del proyecto y los costos fijos son el pago de sueldos al personal administrativo y de ventas, depreciaciones, amortizaciones de demás egresos que constan dentro de los gastos administrativos, de ventas y financieros.

Tabla 53

Total costos fijos y costos variables

Detalle	Valor total
Costos variables	
Costos Directos	15.973,49
Servicios básicos	630,00
Suministros de aseo y limpieza	178,00
Subtotal	16.781,49
Costos fijos	
Sueldos personal administrativo	6.121,20
Depreciaciones	489,30
Seguro y mantenimiento	75,39
Gasto arriendo	1.200,00
Gastos de constitución	150,00
Amortización de activos diferidos	70,00
Suministros de oficina	100,50
Sueldo personal ventas	6.121,20
Publicidad y promoción	260,00
Gastos financieros	275,21
Subtotal	14.862,80
Total	31.644,29

Nota. Clasificación de costos fijos y variables

El valor total de los costos y gastos es de USD 31.644,29 los mismos que se proyectan a cinco años que es la vida útil del proyecto, para lo cual se toma en cuenta la tasa de inflación a diciembre de 2017 que es de 0,18%. Los resultados de las proyecciones se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 54

Proyección de costos fijos y variables

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos variables					
Costos Directos	15.973,4 9	16.002,2 4	16.031,0 4	16.059,9 0	16.088,8 1
Servicios básicos	630,00	631,13	632,27	633,41	634,55
Suministros de aseo y limpieza	178,00	178,32	178,64	178,96	179,29
Subtotal	16.781,4 9	16.811,6 9	16.841,9 5	16.872,2 7	16.902,6 4
Costos fijos					
Sueldos personal administrativo	6.121,20	6.132,22	6.143,26	6.154,31	6.165,39
Depreciaciones	489,30	489,30	489,30	149,30	149,30
Seguro y mantenimiento	75,39	75,53	75,66	75,80	75,93
Gasto arriendo	1.200,00	1.202,16	1.204,32	1.206,49	1.208,66
Gastos de constitución	150,00				
Amortización de activos diferidos	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Suministros de oficina	100,50	100,68	100,86	101,04	101,23
Sueldo personal ventas	6.121,20	6.132,22	6.143,26	6.154,31	6.165,39
Publicidad y promoción	260,00	260,47	260,94	261,41	261,88
Gastos financieros	275,21	224,54	168,68	107,13	39,29
Subtotal	14.862,8 0	14.687,1 1	14.656,2 8	14.279,8 0	14.237,0 8
Total	31.644,2 9	31.498,8 0	31.498,2 3	31.152,0 7	31.139,7 1

Nota. Proyección de costos fijos y variables

5.03 Inversiones

Las inversiones son los recursos que se colocan en un proyecto o empresa para alcanzar un rendimiento económico para beneficio de quienes colocan el capital. La determinación de inversiones se efectúa a través de un presupuesto en base a las necesidades y requerimientos del proyecto (Veciana, 2011).

Es necesario determinar el monto de la inversión para poner en marcha la creación y funcionamiento del Botiquín Santa Rosa. Se compone de la inversión fija (activos fijos y nominales) y capital de trabajo.

Tabla 55

Inversión total

Detalle	Valor Total
Activos Fijos	2.513,00
Activos Diferidos	350,00
Capital de Trabajo	2.600,90
Total	5.463,90

Nota. Se compone de activos fijos, diferidos y capital de trabajo

5.03.01 Inversión fija.

La inversión fija son todos los bienes que facilitan el cumplimiento de la actividad económica de una empresa, los mismos que tienen una vida útil mayor a 1 año. En este caso la inversión fija está compuesta de activos fijos que son depreciables y activos nominales que son amortizables.

5.03.01.01 Activos fijos.

Los activos fijos son los bienes que se requieren para poder adecuar el área de comercialización de los medicamentos y productos de cuidado personal que ofertará el botiquín, al igual que para adecuar las oficinas administrativas y de finanzas.

Uno de los activos que se necesita disponer es de equipos de computación tanto para el área administrativa como para el área de comercialización, que se requiere para el registro de la venta de cada producto.

Tabla 56

Equipo de computación

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadores de escritorio	1	250,00	250,00
Caja registradora	1	650,00	650,00
Impresora multifunción	1	120,00	120,00
Total			1.020,00

Nota. Lista de equipos de computación

Se requiere disponer de equipos de oficina para uso del personal de la empresa. Se incluye un refrigerador.

Tabla 57

Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Refrigerador	1	300,00	300,00
Termohigrómetro 20 x 25 cm	1	30,00	30,00
Teléfono inalámbrico	1	25,00	25,00
Extintor 10lb	1	25,00	25,00
Dispensador de cinta	1	8,00	8,00
Total			388,00

Nota. Lista de equipos de oficina

Para complementar la adecuación a las oficinas y área de ventas se va a adquirir muebles y enseres como por ejemplo, vitrinas, archivadores, sillas estanterías, entre otros, tal como se describe en la siguiente tabla:

Tabla 58

Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Vitrina	2	80,00	160,00
Vitrina aérea	1	80,00	80,00
Archivador	1	60,00	60,00
Sillas	1	15,00	15,00
Estanterías 1,5m x60 cm	3	110,00	330,00
Perchas 1m x 0,45m - 9 pisos	4	50,00	200,00
Letrero frontal grande	1	180,00	180,00
Letrero frontal pequeño	1	80,00	80,00
Total			1.105,00

Nota. Lista de muebles y enseres

5.03.01.02 Activos nominales (diferidos).

Los activos nominales son intangibles que se cancelan de manera anticipada y permiten la generación de ingresos futuros. Como parte de estos activos se toma en cuenta al software contable que facilitará el registro de las transacciones (compras, ventas, registro de inventario, etc.).

Tabla 59

Amortización de activos intangibles

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Software contable	1	350,00	350,00
Total			350,00

Nota. Software destinado al registro de transacciones

5.03.02 Capital de trabajo.

El capital de trabajo son los recursos económicos disponibles para cubrir egresos a corto plazo, es decir permitirán cubrir desembolsos o egresos hasta que el botiquín pueda obtener los primeros ingresos. Para calcular el capital de trabajo se aplica el método de desfase, el cual utiliza el valor del costo y gasto previamente establecido. La fórmula según Sapag (2007) se describe a continuación:

$$ICT = \frac{Ca}{365} * n_d$$

Dónde:

ICT = Capital de trabajo

Ca= Total costos y gastos

nd= número de días

Tabla 60

Resumen costos fijos y gastos

Detalle	Valor total
Costo de Producción	
Costos Directos	15.973,49
Costos Indirectos	808,00
Gastos	
Gastos Administrativos	8.206,39
Gastos de Ventas	6.381,20
Gastos Financieros	275,21
Total costos y gastos	31.644,29

Nota. Detalle de costos fijos y gastos

$$ICT = \frac{31.644,29}{365} * 30$$

$$ICT = 2.600,90$$

El capital de trabajo asciende a USD 2.600,90 que cubrirá un tiempo aproximado de 30 días que se estipula como un periodo prudente para que los clientes decidan acudir al establecimiento para la compra de medicamentos y productos de cuidado personal.

5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.

Es una herramienta que permite identificar la forma como va a estar financiada la inversión, así como la distribución que se realizó con los recursos. Bajo este contexto se conoce que el monto total de la inversión para la ejecución del proyecto de creación del botiquín en Santa Rosa asciende a USD 5.463,90 , de los cuales el 44% será financiado

a través de aportaciones de los socios y el 56% restante por medio de un crédito bancario.

Tabla 61

Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Detalle	Valor	Préstamo		Recursos propios	
		%	Valor	%	Valor
Equipo de computación	1.020,00	50	510,00	50	510,00
Equipo de oficina	388,00	100	388,00		0,00
Muebles y enseres	1.105,00	100	1.105,00		0,00
Activos diferidos	350,00		0,00	100	350,00
Capital de trabajo	2.600,90	40	1.040,36	60	1.560,54
Total	5.463,90	56%	3.043,36	44%	2.420,54

Nota. Financiamiento de la inversión con mayor parte de crédito

Los recursos propios son las aportaciones que realizan los socios, los cuales tendrán participaciones iguales del 50% que representa USD 1.210,27 cada uno, cuya responsabilidad dentro del establecimiento será compartida.

Tabla 62

Aportaciones de socios

Socio	Aportación
Socio 1	1.210,27
Socio 2	1.210,27
Total	2.420,54

Nota. Aportaciones iguales de socios

5.03.04 Amortización de financiamiento (tabla de amortización).

El 56% de la inversión que representa USD 3.043,36 es financiado a través de un crédito a BANEQUADOR, con una tasa activa del 9,76% anual y a 5 años plazo. Esta institución facilita la entrega de créditos para nuevos emprendimientos.

Tabla 63

Condiciones del crédito

Monto del crédito	3.040,88
Tasa de interés (anual)	9,76%
Nº de pagos mensuales	60
Pago mensual	64,25

Nota. Crédito solicitado a 5 años plazo

Para conocer el monto a pagar tanto del interés como de la cuota se calcula a través de la tabla de amortización, empleando el método de cuota fija o francés, que se caracteriza por mantener cuotas constantes. Los resultados de la tabla de amortización se detallan en el anexo 2.

5.03.05 Depreciaciones (tabla de depreciación).

La depreciación es el desgaste que sufren los activos fijos por el uso o desuso del bien, lo que implica una reducción o disminución de su valor registrado en libros contables. Para depreciar los activos se utiliza el método de línea recta, que se caracteriza por tener el mismo costo en todos los años de vida útil. La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor actual} - \text{Valor residual}}{\text{Vida útil}}$$

Tabla 64

Depreciaciones

Activos fijos depreciables	Costo	Vida útil	Depreciación anual
Equipo de computación	1.020,00	3	340,00
Equipo de oficina	388,00	10	38,80
Muebles y enseres	1.105,00	10	110,50
Total activos fijos	2.513,00		489,30

Nota. Depreciaciones realizadas con el método de línea recta

En la depreciación se consideró un valor residual de 0, dando como resultado un monto de USD 489,30 para el primer año y para los siguientes años se mantiene constante hasta el año 3. El año 4 y 5 disminuyen debido a que el equipo de computación se deprecia en 3 años.

Tabla 65

Proyección de depreciaciones

Activos fijos depreciables	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor de salvamento
Equipo de computación	340,00	340,00	340,00	0,00	0,00	0,00
Equipo de oficina	38,80	38,80	38,80	38,80	38,80	194,00
Muebles y enseres	110,50	110,50	110,50	110,50	110,50	552,50
Total depreciación	489,30	489,30	489,30	149,30	149,30	746,50

Nota. Depreciaciones realizadas con el método de línea recta

5.03.06 Estado de Situación Inicial.

El estado de situación inicial es un informe que muestra el patrimonio que tiene una institución. Se compone de tres principales grupos: activos, pasivos y patrimonio. El estado para la empresa Botiquín Sana Rosa se muestra a continuación.

BOTIQUÍN SANTA ROSA
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		Pasivo a largo plazo	
Activo Disponible		Préstamo a largo plazo	3.043,36
Caja -Bancos	2.600,90	TOTAL PASIVOS	3.043,36
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	2.600,90		
Activos Fijos		PATRIMONIO	
Activo fijo depreciable		Capital	
Equipo de computación	1.020,00	Capital Social	2.420,54
Equipo de oficina	388,00	TOTAL PATRIMONIO	2.420,54
Muebles y enseres	1.105,00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	2.513,00		
Activos Diferidos			
Software contable	350,00		
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	350,00		
TOTAL ACTIVOS	5.463,90	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	5.463,90

5.03.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).

Todas las empresas que quieran incrementar su nivel económico deben necesariamente tener un informe de los ingresos y egresos, cuyo resultado permite conocer la existencia de utilidad o pérdida. Los ingresos corresponden a la comercialización de medicamentos en cambio los egresos se producen por la venta, administración y control de la empresa.

Tabla 66

Estado de resultados proyectado

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	32.269,67	33.816,31	35.433,23	37.123,52	38.890,42
(-) Costo de ventas	16.781,49	16.811,69	16.841,95	16.872,27	16.902,64
Costos Directos	15.973,49	16.002,24	16.031,04	16.059,90	16.088,81
<i>Compra de medicamentos</i>	15.973,49	16.002,24	16.031,04	16.059,90	16.088,81
Costos Indirectos	808,00	809,45	810,91	812,37	813,83
<i>Servicios básicos</i>	630,00	631,13	632,27	633,41	634,55
<i>Suministros de aseo y limpieza</i>	178,00	178,32	178,64	178,96	179,29
(=) Utilidad bruta	15.488,18	17.004,62	18.591,27	20.251,25	21.987,78
(-) Gastos administrativos	8.105,89	7.969,20	7.982,54	7.655,90	7.669,29
<i>Sueldos personal administrativo</i>	6.121,20	6.132,22	6.143,26	6.154,31	6.165,39
<i>Depreciaciones</i>	489,30	489,30	489,30	149,30	149,30
<i>Seguro y mantenimiento</i>	75,39	75,53	75,66	75,80	75,93
<i>Gasto arriendo</i>	1.200,00	1.202,16	1.204,32	1.206,49	1.208,66
<i>Gastos de constitución</i>	150,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Amortización de activos</i>	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
diferidos					
<i>Suministros de oficina</i>	100,50	100,68	100,86	101,04	101,23
(-) Gastos de ventas	6.381,20	6.392,69	6.404,19	6.415,72	6.427,27
<i>Sueldo personal ventas</i>	6.121,20	6.132,22	6.143,26	6.154,31	6.165,39
<i>Publicidad y promoción</i>	260,00	260,47	260,94	261,41	261,88
(=) Utilidad operacional	1.001,09	2.642,73	4.204,54	6.179,62	7.891,22
(-) Gastos financieros	275,21	224,54	168,68	107,13	39,29
(=) Utilidad antes de participación	725,88	2.418,19	4.035,86	6.072,49	7.851,93
(-) 15% participación utilidades		362,73	605,38	910,87	1.177,79
(=) Utilidad antes del impuesto	725,88	2.055,47	3.430,48	5.161,62	6.674,14
(-) 25% Impuesto a la Renta				1.290,40	1.668,54
Utilidad Neta del ejercicio	725,88	2.055,47	3.430,48	3.871,21	5.005,61

Nota. Utilidad en los 5 años proyectados

5.03.08 Flujo de caja.

El flujo de caja es una herramienta que facilita el registro de todos los ingresos del periodo así como las salidas. La diferencia de estos dos grupos en ciertos casos deja un saldo o flujo neto a favor de la empresa o en otro queda un resultado negativo.

Tabla 67

Flujo de caja

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad final		725,88	2.055,47	3.430,48	3.871,21	5.005,61
(+) Depreciaciones		489,30	489,30	489,30	149,30	149,30
(+) Amortizaciones		70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
(-) Pago del préstamo		496,43	547,11	602,96	664,51	732,35
Flujo operacional		788,75	2.067,66	3.386,82	3.426,00	4.492,56
Inversiones						
(-) Activos fijos	-2.513,00					
(-) Activos diferidos	-350,00					
(-) Capital de trabajo	-2.600,90					
Flujo neto generado	-5.463,90	788,75	2.067,66	3.386,82	3.426,00	4.492,56

Nota. Parte desde el año 0 que indica el monto de la inversión

5.04 Evaluación

La evaluación financiera es un proceso que permite establecer los niveles de rentabilidad y viabilidad del proyecto, con la finalidad de que los resultados que se obtengan permitan tomar una correcta decisión de la conveniencia o no de invertir en la implementación de una empresa (Fernández, 2012). Para cumplir con este propósito se aplican indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa interna de retorno, periodo de recuperación de la inversión y relación costo beneficio.

De acuerdo con los resultados que se tenga en la evaluación se justificará financieramente la importancia de implementar un botiquín en el barrio Santa Rosa de la parroquia La Merced.

5.04.01 Tasa de descuento.

La tasa de descuento es el porcentaje que representa el costo de capital que permite establecer el monto actual de los pagos a futuro. Significa una oportunidad para los socios de la empresa en el caso de decidir invertir dentro de una institución financiera y no en un proyecto.

El cálculo de la tasa de descuento considera los porcentajes de la tasa pasiva, riesgo país y tasa de inflación a diciembre del año 2017 que se obtiene del Banco Central del Ecuador. La sumatoria de estos porcentajes corresponde a la tasa de descuento.

Tabla 68

Tasa de descuento

Detalle	Porcentaje
Tasa Pasiva	4,95%
Riesgo País	4,59%
Tasa de Inflación	0,18%
TMAR	9,72%

Nota. Datos obtenidos a diciembre de 2017

5.04.02 Valor Actual Neto.

El valor actual neto es un indicador utilizado en la medición de la viabilidad de los proyectos de inversión, por medio de la actualización de los flujos de caja para trasladarlos al valor presente con una tasa de descuento. La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$Van = \sum FNA - Inversión$$

El resultado del cálculo del VAN se puede interpretar con los siguientes criterios:

VAN positivo, viabilidad del proyecto

VAN negativo, proyecto no viable

VAN de 0, proyecto es indiferente

Tabla 69

Cálculo del valor actual neto

Años	Flujo De Caja	Flujos Actualizados
0	-5.463,90	
1	788,75	718,87
2	2.067,66	1.717,54
3	3.386,82	2.564,10
4	3.426,00	2.363,98
5	4.492,56	2.825,30
Total flujo		10.189,79

Nota. Flujos de caja actualizados

$$\text{Van} = \sum \text{FNA} - \text{Inversión}$$

$$\text{Van} = 10.189,79 - 5.463,90$$

$$\text{Van} = 4.725,89$$

El VAN es de USD 4.725,89 que es un valor positivo y favorable para el proyecto, ya que demuestra viabilidad en la implementación del botiquín en el barrio Santa Rosa de la parroquia La Merced.

5.04.03 Tasa interna de retorno.

La tasa interna de retorno es el porcentaje de rentabilidad que ofrece la implementación de un proyecto de inversión, la misma que permite que el resultado del

VAN de un resultado igual a 0, que significa que existe un equilibrio entre los ingresos y los gastos. Para el cálculo se emplea la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN_i}{VAN_i - VAN_s} \right]$$

Ti =Tasa inferior

Ts = Tasa superior

VAN i = VAN de la tasa inferior

VAN s= VAN de la tasa superior

El resultado de la TIR se interpreta con los siguientes criterios:

TIR > TMAR, proyecto rentable y aceptable

TIR < TMAR, proyecto no rentable y se rechaza

TIR = TMAR, indiferente

TIR=	32%
-------------	------------

La TIR el proyecto es del 32% lo cual muestra un porcentaje de rentabilidad aceptable y beneficiosa para la ejecución del proyecto de creación del botiquín Santa Rosa, debido a que es un resultado superior al 9,72% de la tasa de descuento.

5.04.04 PRI (Periodo de recuperación de la inversión).

El periodo de recuperación de la inversión es un indicador que establece el tiempo en que se va a recuperar el monto invertido en la ejecución de un proyecto, que será dentro de la vida útil del mismo. Para calcular este indicador se requiere sumar los flujos

actualizados hasta obtener un resultado positivo, que será el año en que se va a recuperar el valor de la inversión.

Tabla 70

Periodo de recuperación de la inversión

Años	Flujo de Caja	Flujo Actualizado	P.R.I.
0		-5.463,90	-5.463,90
1	788,75	718,87	-4.745,03
2	2.067,66	1.717,54	-3.027,49
3	3.386,82	2.564,10	-463,39
4	3.426,00	2.363,98	1.900,59
5	4.492,56	2.825,30	4.725,89
Total		4.725,89	

Nota. Se recupera dentro del tercer año

El valor de inversión se recupera en 3 años y 2 meses.

5.04.05 RCB (Relación costo beneficio).

La relación costo beneficio realiza una comparación entre los costos y los beneficios obtenidos por la implementación del proyecto de inversión. Tanto los beneficios como los costos se trasladan al valor presente, empleando la misma tasa de descuento de 9,72%. La fórmula para el cálculo es la siguiente:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

Los resultados se pueden interpretar de las siguientes tres formas:

$B/C > 1$, representan ganancias

$B/C < 1$, representan pérdidas

$B/C = 1$, No registra ganancias

Tabla 71

Cálculo costo – beneficio

Años	Ingresos	Ingresos Actualizados	Egresos	Egresos Actualizados
1	32.269,67	29.410,93	31.644,29	28.840,95
2	33.816,31	28.090,19	31.498,80	26.165,10
3	35.433,23	26.825,84	31.498,23	23.846,73
4	37.123,52	25.615,68	31.152,07	21.495,31
5	38.890,42	24.457,59	31.139,71	19.583,29
Total	177.533,14	134.400,22	156.933,10	119.931,37

Nota. Actualización de ingresos y egresos con tasa de descuento

$$B/C = \frac{134.400,22}{119.931,37}$$

$$B/C = 1,12$$

El costo beneficio del proyecto de creación de un botiquín en el barrio Santa Rosa de la Parroquia La Merced es de USD 1,12, que indica que es superior a 1 punto. De acuerdo a esto se deriva que los ingresos obtenidos por la venta de medicamentos pueden cubrir los gastos y generar un remanente adicional para beneficio de los socios.

5.04.06 Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio se obtiene cuando existe una igualdad entre el volumen de ventas y los egresos desembolsados durante un periodo de tiempo, mostrando que la empresa no obtendrá ni pérdidas tampoco ganancias. A través de la determinación del punto de equilibrio es posible que los tomadores de decisiones establezcan niveles de

ventas necesarios para alcanzar una utilidad y con ello cumplir las metas previstas. El cálculo se realiza aplicando las siguientes fórmulas:

$$PE\ USD = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}} = USD$$

$$PE\ Unidades = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}} = Unidades$$

Tabla 72

Datos para punto de equilibrio

Años	Ventas Totales	Costos Fijos	Costos Variables	Consumidores	Costo Total	Precio de Venta unit.	Costo variable unitario
		Fijos	Variables				
1	32.269,67	14.862,80	16.781,49	1.394	31.644,29	23,15	12,04

Nota. Datos para el cálculo del punto de equilibrio

$$PE\ USD = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}} = USD$$

$$PE\ USD = \frac{14.862,80}{1 - \frac{16.781,49}{32.269,67}}$$

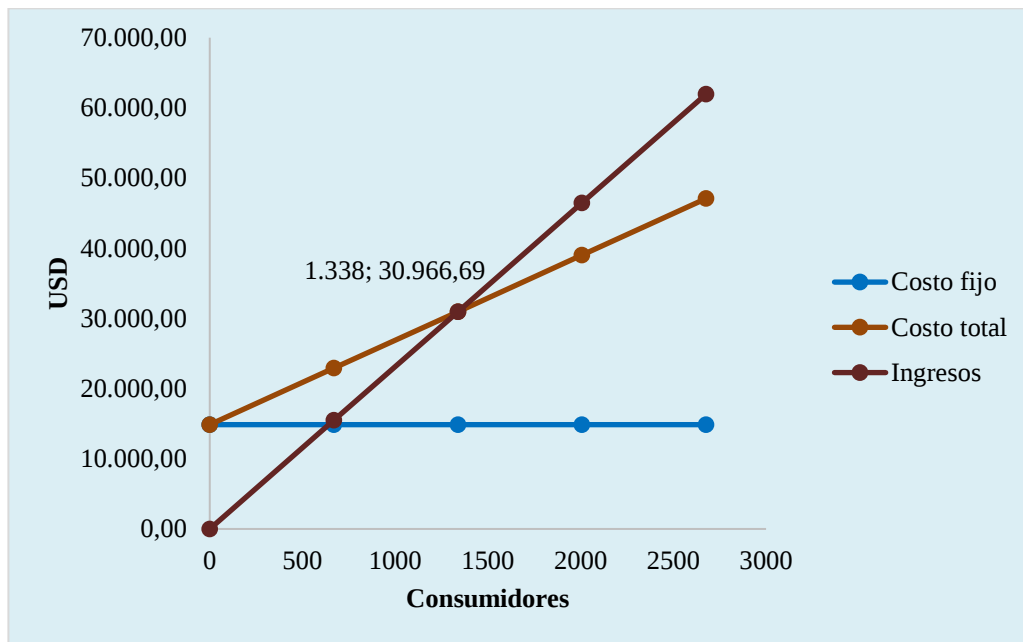
$$PE\ USD = 30.966,69$$

$$PE\ Unidades = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}} = Unidades$$

$$PE U = \frac{14.862,80}{23,15 - 12,04}$$

$$PE U = 1.338$$

Figura 26. Punto de equilibrio primer año



Fuente: Cálculos realizados

El punto de equilibrio del primer año calculado es de 1.338 ventas que representa un ingreso de USD 30.966,69. Por tanto se deberá considerar como cantidades mínimas de venta para que el botiquín no tenga pérdidas.

5.04.07 Análisis de índices financieros.

Las razones financieras son herramientas que permiten conocer la situación por la que atraviesa una empresa. Para el proyecto se calcula los márgenes de utilidad bruta, operacional y neta, conforme a las siguientes fórmulas:

- **Margen Bruto**

Es un indicador que permite medir el rendimiento directo que tiene una entidad por la venta de un producto o servicio, sin que se tome en consideración los gastos por pago de sueldos, ventas, ni tampoco el pago de impuestos. Fórmula de cálculo:

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}}$$

Tabla 73

Margen Bruto

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	32.269,67	33.816,31	35.433,23	37.123,52	38.890,42
Costo de ventas	16.781,49	16.811,69	16.841,95	16.872,27	16.902,64
Porcentaje	48,00%	50,29%	52,47%	54,55%	56,54%

Nota. Margen Bruto calculado para 5 años

El margen bruto de ventas en los 5 años proyectados se tiene un porcentaje superior al 40% que representa un beneficio para la empresa luego de descontar los costos de ventas.

- **Margen operacional**

Este indicador establece la relación que tiene entre la utilidad operacional y los ingresos. Se utiliza para medir el rendimiento por la venta de productos o servicios luego de descontar costos, gastos administrativos y de ventas. Fórmula de cálculo:

$$\text{Margen Operacional} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas}}$$

Tabla 74

Margen operacional

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad operacional	1.001,09	2.642,73	4.204,54	6.179,62	7.891,22
Ventas Netas	32.269,67	33.816,31	35.433,23	37.123,52	38.890,42
Porcentaje	3,10%	7,81%	11,87%	16,65%	20,29%

Nota. Margen Bruto calculado para 5 años

En el primer año registra rentabilidad y para los siguientes años va incrementado hasta el 20,29% resultado favorables para los inversionistas y para la administración de la empresa, pues el nivel de ingresos se incrementar mayormente que los egresos, lo cual denota eficiencia en el manejo de los recursos.

- **Margen Neto**

Es el beneficio que la empresa obtiene una vez que se deduzca todos los costos fijos, variables, gastos, impuestos e intereses. Es decir que es el beneficio real que tendrán los socios de la entidad. Fórmula de cálculo:

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

Tabla 75

Margen neto

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta	725,88	2.055,47	3.430,48	3.871,21	5.005,61
Ventas Netas	32.269,67	33.816,31	35.433,23	37.123,52	38.890,42
Porcentaje	2,25%	6,08%	9,68%	10,43%	12,87%

Nota. Margen neto calculado para 5 años

La rentabilidad neta del proyecto es de 2,25% en el primer año y para el año 5 se aumenta a 12,87%, lo que indica que el nivel de ventas incrementará notablemente, logrando cubrir todos los egresos que se generen dentro de la empresa.

6 CAPÍTULO VI: IMPACTOS

6.01 Impacto ambiental

Gómez & Gómez (2013) mencionan que el impacto ambiental son las alteraciones o efectos que se generan en el medio ambiente a consecuencia de actividades realizadas por la población. Estos impactos aparecen cuando se efectúan cambios en los factores ambientales, debido a que el hombre interacciona con ellos.

Los proyectos de inversión al igual que ciertas actividades de la empresa pueden ser causantes de generar impactos en el entorno, calidad del aire, salud de la población entre otros; por este motivo se convierte en una necesidad determinar y estudiar dichos impactos.

En este sentido, es importante realizar un análisis de los impactos que pueden generar la implementación del botiquín Santa Rosa en la parroquia La Merced. La actividad económica a la que se va a dedicar el establecimiento es a la comercialización

de productos farmacéuticos y de cuidado personal, por tanto no genera gran cantidad de desechos que puedan ser causantes de contaminación ambiental.

No obstante, en el caso de los medicamentos caducados se manejará un proceso de devolución a los proveedores para que ellos se encarguen de desecharlos de una forma más segura y adecuada. Además se incentivará al reciclaje, reutilización y cuidado del ambiente, empezando desde la venta de medicamentos en fundas ecológicas siempre que sea necesario, hasta la colocación de basureros reciclables para uso de los clientes. De acuerdo a estos criterios se deduce que la creación del proyecto de creación del botiquín generará un impacto mínimo que no llega a afectar al medio ambiente.

Tabla 76

Impactos ambientales

Riesgo	Descripción	Medida de mitigación
Medicamentos caducados	Algunos medicamentos en stock que no pudieron ser vendidos	Devolución a proveedores asegurar correcta
Uso de fundas	Para la venta de productos del botiquín se entrega una o más fundas.	Se dispondrá de fundas biodegradables. Se entregará únicamente cuando se adquieran productos en gran cantidad.
Basura	Los clientes que circulan o que acuden a comprar con algún alimento dejan basura. Y la misma actividad comercial genere desechos.	Colocación de basureros reciclables.

Nota. Riesgos y medidas para mitigarlos

Además de ejecutar estas medidas de mitigación se cumplirá con las normas o regulaciones ambientales ecuatorianas, como se detalla a continuación:

- Constitución de la República del Ecuador: derecho a vivir dentro de un ambiente sano que permita el buen vivir.
- Ley de Gestión Ambiental: establece lineamientos y directrices obligatorias para la gestión ambiental.
- Ley de Prevención y Control de Contaminación Ambiental: parámetros enfocados al cuidado de la contaminación del aire.
- Reglamento a la Ley de Gestión Ambiental para la Prevención y Control de Contaminación Ambiental: contiene normas para prevenir y controlar la contaminación del ambiente y de los impactos.
- Norma de Calidad Ambiental y Descarga de Afluentes: Recurso Agua: principios básicos para el vigilancia de la contaminación del agua.
- Norma de Calidad Ambiental para el Manejo y disposición final de desechos sólidos No peligrosos: prevención de la contaminación del aire, agua y suelo.
- Sistema Único de Manejo Ambiental: contiene información que es capaz de generar indicadores y automatización de procesos.

6.02 Impacto económico

El impacto económico tiene que ver con los beneficios o valores económicos que genera una empresa. La finalidad de su estudio está relacionado con la determinación de

las repercusiones que se pueden generar en una localidad donde se implementa dicho proyecto (Ramírez & Cajigas, 2014).

Un estudio del impacto económico sirve a los inversionistas del proyecto en la toma de decisiones más acertadas, demostrando la generación de empleo, inversiones e intereses entre otros aspectos.

El proyecto de creación del botiquín generará un impacto económico dentro del sector Santa Rosa de la Parroquia La Merced, lo que significa que se constituirá legalmente como un pequeño establecimiento que genere fuentes de empleo para la población local, aporte al desarrollo de la matriz productiva y a la calidad de vida de los habitantes. A su vez contribuye a mejorar la economía del país, la disminución de la tasa de desempleo y pobreza.

Se espera además que el proyecto genere remantes para los inversionistas, con la finalidad de que puedan reinvertir dentro del establecimiento y con ello contribuir al crecimiento.

En definitiva, la creación del botiquín generará un impacto positivo ya que beneficiará tanto a los propietarios como a las personas o clientes que adquieran los productos de cuidado personal y la medicina para calmar alguna dolencia. Involucra la contratación de personal apropiado y con conocimientos del área de salud, además de que se le otorgará capacitaciones para que pueda desempeñar adecuadamente las funciones asignadas.

6.03 Impacto productivo

Este impacto guarda relación con los sistemas productivos y los recursos empleados dentro de un proyecto de inversión (Valenzuela & Espinoza, 2012). Así el botiquín Santa Rosa será uno de los establecimientos que contribuya al sector de salud, a través de la venta de productos farmacéuticos y cuidado personal que requieren los ciudadanos para aliviar dolencias, control y prevención de enfermedades. Al tener un establecimiento dentro del sector se brindará un mayor acceso y atención pronta, lo cual logrará una mayor satisfacción por parte de la población.

De acuerdo con esto se espera que mejore la calidad de vida de la población de Santa Rosa que consta dentro del Plan Nacional del Buen Vivir. Paralelamente se buscará el crecimiento y estabilidad del botiquín a través del correcto uso de recursos, tecnología y abastecimiento de todos los medicamentos demandados, de manera que se pueda otorgar un servicio de calidad, con eficiencia para que cumpla las expectativas de los clientes.

6.04 Impacto social

Este impacto está relacionado con la determinación de los efectos que se generan dentro de una comunidad o región dónde se pretende implementar un determinado proyecto. Los impactos se pueden detectar a través de la observación a la población, cuyos resultados pueden reflejarse en el mediano o largo plazo (Valles, 2012).

El impacto social del botiquín Santa Rosa de la parroquia La Merced es alto positivo, puesto que su apertura facilitará a la población en la obtención de

medicamentos para el cuidado de su salud, por esta razón se considera que es un proyecto viable.

La creación de este establecimiento responde a una de las necesidades que tienen los habitantes y que está sustentado en el estudio de mercado del presente trabajo, que está relacionado con la falta de acceso a productos farmacéuticos, puesto que actualmente en el barrio no existe un botiquín, sino únicamente una farmacia en la cabecera parroquial de la Merced.

Por otro lado, la implementación del proyecto crea una nueva fuente de empleo que reclute personal con conocimientos básicos de farmacéutica, se provea de todas las condiciones y beneficios de ley que les corresponde, logrando bienestar en todo el recurso humano.

7 CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

- Considerando que la salud es importancia para el bienestar de la sociedad y la falta de un establecimiento en donde se pueda adquirir medicamentos, se determinó la necesidad de implementar un botiquín dentro del barrio Santa Rosa de la parroquia La Merced, para facilitar el acceso y contribuir en la mejora de la calidad de vida de los habitantes.
- Con el análisis situacional se determinó la existencia de aspectos externos e internos favorables para la creación del botiquín, además del establecimiento de aspectos estratégicos, administrativos, operativos y comerciales que permitan el funcionamiento adecuado del botiquín Santa Rosa.
- A través del estudio de mercado se conoció que el mercado objetivo es la población del barrio Santa Rosa de la parroquia La Merced, así como la existencia de demanda insatisfecha debido a la falta de establecimientos cercanos al sector que oferten productos farmacéuticos.

-
- En el estudio técnico se estableció el botiquín estará ubicado en el barrio Santa Rosa de acuerdo a los resultados de la localización y funcionará en un área de 40m².
 - En el estudio financiero además de establecer el volumen de ingresos por la venta de productos farmacéuticos y cuidado personal con sus respectivos egresos, se aplicó la evaluación financiera que arroja resultados positivos, un VAN de USD 4.725,89, TIR de 32%, costo beneficio de USD 1,12, logrando recuperar la inversión en 3 años y 2 meses.
 - En el análisis de impactos se determinó que la actividad económica a la que se va a dedicar el establecimiento no genera impactos negativos altos, pues para prevenir contribuir al cuidado y protección del ambiente se mantendrá un proceso de devolución de medicamentos caducados a los proveedores, así como la colocación de basureros para el reciclaje de la basura. La implementación del proyecto genera fuentes de empleo y contribuye a mejorar la calidad de vida de la sociedad.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda aprovechar la falta de establecimientos farmacéuticos para implementar el botiquín, que cuente con un amplio stock de productos para satisfacer las necesidades y requerimientos de la población del barrio Santa Rosa de la parroquia La Merced.
- Es importante que se contrate personal idóneo que esté en la capacidad de cumplir con cada una de las funciones asignadas al puesto de trabajo,

guiados por un líder que mantenga el control, seguimiento y evaluación, de forma que se pueda cumplir con la misión, visión y objetivos planteados.

- Es importante que para la implementación del botiquín se considere toda la información recopilada en la investigación de campo con la finalidad de que se pueda cubrir las necesidades y expectativas de los clientes y no tengan que salir a otras parroquias en busca de medicina para aliviar el malestar o dolencias.
- Es necesario que se consideren todos los aspectos técnicos identificados en el proyecto, para que el establecimiento pueda funcionar correctamente y bajo la normativa legal vigente.
- Se recomienda ejecutar el proyecto de creación del botiquín en el barrio Santa Rosa de la Parroquia La Merced debido a que los resultados del estudio financiero demuestran la viabilidad y rentabilidad que generará en los cinco años de vida útil del proyecto.
- Mantener las medidas de mitigación frente a impactos negativos que se pudieren producir por la comercialización de productos farmacéuticos, al igual que contribuir con la sociedad en programas de cuidado y protección del medio ambiente.

Bibliografía

- Agencia Nacional de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria. (2017). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de Turnos de farmacias: <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/04/Turnos-de-farmacia-2017-Coordinaci%C3%B3n-Zonal-911.pdf>
- Anaya, J. (2015). *Logística integral: La gestión operativa de la empresa*. España: Esic Editorial.
- Arroyo, E. (2013). *Apuntes de Gestión Comercial*. España: Emilio Arroyo Roig.
- Asamblea Nacional. (2012). *Ley Orgánica de Salud*. Quito: Registro Oficial.
- Ávila, J. (2014). *Economía*. México: Umbral Editorial, S.A.
- Baca, G. (2014). *Evaluación de Proyectos*. CDMX: McGraw Hill .
- Banco Central del Ecuador. (septiembre de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Cuentas Nacionales Trimestrales del Ecuador. Resultados de las variables macroeconómicas:
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/cnt63/ResultCTRIM100.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=pasiva

Bernal, C. (2014). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.

Caldas, M., Carrión, R., & Heras, A. (2017). *Gestión administrativa (Empresa e iniciativa emprendedora)*. España: Editex.

Casado, A., & Sellers, R. (2013). *Introducción al marketing. Teoría y práctica*. España: Editorial Club Universitario.

Castillo, D., Burgos, F., & Gascón, P. (2015). *El papel de las farmacias comunitarias*. España: Elsevier.

Faga, H., & Ramos, M. (2014). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales*. Argentina: Granica S.A.

Fernández, S. (2012). *Los proyectos de inversión*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Flórez, J. (2016). *Proyectos de inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

GAD Parroquial Rural La Merced. (30 de Diciembre de 2017). *Barrios*. Obtenido de <http://www.lamerced.gob.ec/web/index.php/la-parroquia/barrios>

García, M. (2012). *Manual de marketing*. España: Esic Editorial.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de La Merced. (2012). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia La Merced*. Quito: Prefectura de la provincia de Pichincha.

Gómez, D., & Gómez, M. (2013). *Evaluación de Impacto Ambiental*. España: Ediciones Nobel, S.A.

Google Maps. (30 de Diciembre de 2017). *Mapa del Ecuador*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/search/mapa+de+provincias+del+ecuador/@-1.7593277,-82.0664779,7z>

Google Maps. (30 de Diciembre de 2017). *Parroquias rurales de Quito* . Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/search/mapa+de+parroquias+rurales+de+Quito+La+Merced/@-0.3062978,-78.5031324,11z>

Herrera, J. (2012). *Manual de farmacia clínica y atención farmacéutica*. España: Elsevier.

Hormigo, E., Bosch, R., De Borja, L., Durán, X., Gil, J., Prieto, C., . . . Rigual, J. (2013). *Dominar el marketing es fácil*. España: Esic Editorial.

Iborra, M., Dasi, A., Dolz, C., & Ferrer, C. (2012). *Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas*. España: Paraninfo.

Imbaquingo, M. (abril de 2015). Estudio de factibilidad para la creación de un centro naturista en el barrio Atucucho D.M.Q 2015. Quito, Pichincha, Ecuador : Instituto Tecnológico Cordillera.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (diciembre de 2017). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Índice de precios al consumidor:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2017/Diciembre-2017/01%20ipc%20Presentacion_IPC_diciembre2017.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (diciembre de 2017). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Diciembre/122017_M.Laboral.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (diciembre de 2017). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Reporte de pobreza y desigualdad:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2017/Diciembre/Reporte%20pobreza%20y%20desigualdad%20_dic17.pdf

Martínez, D., & Milla, A. (2012). *Análisis del entorno*. España: Díaz de Santos.

Martínez, D., & Milla, A. (2012). *Análisis interno: Capacidades estratégicas*. España: Díaz de Santos.

-
- Mejía, J. (2014). Proyecto de factibilidad para la creación de una farmacia en la Urbanización Sierra Hermosa Sector Carapungo D.M.Q. 2014. Quito, Pichincha, Ecuador: Instituto Superior "Cordillera". Obtenido de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/536/1/37-FARM-14-14-1721682241.pdf>
- Ministerio de Salud Pública. (2012). *Reglamento de Control y Funcionamiento de los Establecimientos Farmacéuticos*. Quito: Registro Oficial.
- Miranda, J. (2012). *Gestión de proyectos: Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*. Bogotá: MM Editores.
- Miranda, J. (2015). *Identificación y formulación de proyectos. Evaluación financiera, económica, social, ambiental*. Bogotá: MM Editores.
- Muñoz, D. (2013). *Administración de operaciones. Enfoque de administración de procesos de negocios*. México: Cengage Learning.
- Organización Internacional del Trabajo. (2012). *La relación de trabajo: quinto punto del orden del día*. Italia: Centro Internacional de Formación de la OIT.
- Quintanilla, I., Berenguer, G., & Gómez, M. (2014). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: Editorial UOC .
- Ramírez, E., & Cajigas, M. (2014). *Proyectos de inversión competitivos*. Colombia: Universidad Nacional.
-

Risco, L. (2013). *Economía de la empresa: Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años*. España: Palibrio LLC.

Rivera, J., & Garcillán, M. (2012). *Dirección de Marketing*. España: Esic Editorial.

Rosales, R. (2013). *Formulación y la evaluación de proyectos*. Costa Rica: Editorial Euned.

Sapag, N. (2007). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México: Person Educación.

Valenzuela, E., & Espinoza, J. (2012). *Evaluación del impacto ambiental y productivo de proyectos de desarrollo*. México: INIFAP.

Valles, J. (2012). *Determinación del Impacto Económico en los negocios*. México: McGraw- Hill.

Veciana, J. (2011). *La Creacion de Empresas. Un Enfoque Gerencial*. Barcelona: Caja de Seguros y Pensiones de Barcelona "la Caixa".

Villar, M. (2011). Factores determinantes de la salud: Importancia de la prevención. *Acta Médica Peruana*, 241.

Zabala, H. (2012). *Planeación estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias*. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.

ANEXOS

Anexo 1. Formato encuesta



Carrera de administración de boticas y farmacias

Encuesta dirigida a la población del barrio Santa Rosa

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada una de las preguntas y señale la respuesta que considere apropiada.
- Marque con una X la respuesta seleccionada.

Preguntas

11. ¿Cómo considera la accesibilidad que tiene a una farmacia?

Excelente
Muy Buena
Buena
Regular

12. Cuándo requiere un producto farmacéutico, ¿Adónde acude?

Farmacias
Centros naturistas
Tiendas de barrio
Otro

13. ¿A qué tipo de farmacias tiene mayor facilidad de acceder?

Farmacias económicas
Farmacia Medicity
Farmacia Sana Sana

Farmacia Cruz Azul
Otras ¿Cuáles?

14. ¿Con qué frecuencia acude a comprar al sitio señalado en la anterior pregunta?

Diario
Semanal
Quincenal
Mensual

15. ¿Aproximadamente cuánto gasta en la compra de medicamentos o productos farmacéuticos?

USD 5,00 – USD 20,00
USD 21,00 – USD 30,00
USD 31,00 – USD 40,00
USD 41,00 – USD 50,00
Mas de USD 50,00

16. ¿Cuál es su forma de pago?

Efectivo
Tarjeta de crédito
Crédito personal

17. ¿Qué tipo de productos adquiere?

Medicación frecuente
Medicamentos ocasionales
Complementos farmacéuticos
Productos de aseo personal
Otros

18. ¿Considera que es necesario que se implemente un botiquín en el barrio Santa Rosa?

Si
No

19. ¿Acudiría a realizar sus compras al botiquín del barrio Santa Rosa?

Si
No

20. ¿Qué tipo de incentivos le motivarían para realizar su compra en este lugar?

Plan medicación frecuente
Descuentos
Bonos de compra
Entrega de accesorios

Anexo 2. Tabla de amortización

Monto del crédito	3.043,36
Tasa de interés (anual)	9,76%
Nº de pagos mensuales	60
Pago mensual	64,30

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Nº PAGO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO
0				3.043,36
1	24,75	39,55	64,30	3.003,81
2	24,43	39,87	64,30	2.963,94
3	24,11	40,20	64,30	2.923,74
4	23,78	40,52	64,30	2.883,22
5	23,45	40,85	64,30	2.842,36
6	23,12	41,19	64,30	2.801,18
7	22,78	41,52	64,30	2.759,66
8	22,45	41,86	64,30	2.717,80
9	22,10	42,20	64,30	2.675,60
10	21,76	42,54	64,30	2.633,06
11	21,42	42,89	64,30	2.590,17
12	21,07	43,24	64,30	2.546,93
13	20,72	43,59	64,30	2.503,34
14	20,36	43,94	64,30	2.459,40
15	20,00	44,30	64,30	2.415,10
16	19,64	44,66	64,30	2.370,44
17	19,28	45,02	64,30	2.325,41
18	18,91	45,39	64,30	2.280,02
19	18,54	45,76	64,30	2.234,26
20	18,17	46,13	64,30	2.188,13
21	17,80	46,51	64,30	2.141,63
22	17,42	46,89	64,30	2.094,74
23	17,04	47,27	64,30	2.047,48
24	16,65	47,65	64,30	1.999,82
25	16,27	48,04	64,30	1.951,79
26	15,87	48,43	64,30	1.903,36
27	15,48	48,82	64,30	1.854,53
28	15,08	49,22	64,30	1.805,31
29	14,68	49,62	64,30	1.755,69
30	14,28	50,02	64,30	1.705,67
31	13,87	50,43	64,30	1.655,24

32	13,46	50,84	64,30	1.604,40
33	13,05	51,25	64,30	1.553,14
34	12,63	51,67	64,30	1.501,47
35	12,21	52,09	64,30	1.449,38
36	11,79	52,52	64,30	1.396,86
37	11,36	52,94	64,30	1.343,92
38	10,93	53,37	64,30	1.290,55
39	10,50	53,81	64,30	1.236,74
40	10,06	54,24	64,30	1.182,50
41	9,62	54,69	64,30	1.127,81
42	9,17	55,13	64,30	1.072,68
43	8,72	55,58	64,30	1.017,10
44	8,27	56,03	64,30	961,07
45	7,82	56,49	64,30	904,58
46	7,36	56,95	64,30	847,64
47	6,89	57,41	64,30	790,23
48	6,43	57,88	64,30	732,35
49	5,96	58,35	64,30	674,00
50	5,48	58,82	64,30	615,18
51	5,00	59,30	64,30	555,88
52	4,52	59,78	64,30	496,10
53	4,03	60,27	64,30	435,83
54	3,54	60,76	64,30	375,07
55	3,05	61,25	64,30	313,82
56	2,55	61,75	64,30	252,07
57	2,05	62,25	64,30	189,81
58	1,54	62,76	64,30	127,06
59	1,03	63,27	64,30	63,78
60	0,52	63,78	64,30	0,00



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificados el cumplimiento de los formatos establecidos en el proceso de Titulación se **AUTORIZA** a realizar el empastado del trabajo de titulación del alumno(a) **CRUZ RAMOS GABRIELA YESSenia** portador de la cédula de identidad N°1725261174 previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 16 de abril del 2018



Sra. Mariela Balseca
VISTO FINANCIERO
CAJA



Dra. Estela Montes
DELEGADA DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Dr. Jorge López

DIRECTOR DE CARRERA



Tglo. Luis Hernández
SECRETARIA GENERAL

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS FACTIBILIDAD BOTIQUIN Gabriela Cruz Ramos.pdf
(D37104328)
Submitted: 3/31/2018 2:12:00 AM
Submitted By: gabycruz9511@yahoo.es
Significance: 2 %

Sources included in the report:

Orellana.Viviana.AdministraciónBoticasy Farmacias.pdf (D30323524)
Factibilidad para la creación de un Botiquín provincia de Cotopaxi Jessica Díaz.pdf (D37048445)
Factibilidad para la creación de un Botiquín provincia de Cotopaxi Jessica Díaz...pdf
(D37060002)
CECILIA MOLINA-ADMINISTRACION BOTICAS 16-17-URKUND-PDF.pdf (D26803617)
Quinatoa Myriam .Farmacias. Factibilidad ..pdf (D30355992)
TESIS COMPLETA PARA ENVIAR.pdf (D37059369)
Jui♦a Jenny-Administracion de Bot; icas y Farmacias 16-16-Urkund.pdf (D23422943)
<http://docplayer.es/58571661-Perspectivas-del-ambiente-y-cambio-climatico-en-el-medio-urbano-ecco-distrito-metropolitano-de-quito.html>

Instances where selected sources appear:

15



Eco. Luis Sarauz
TUTOR DEL PROYECTO